



## 101 年自提研究計畫

新興產業與銀行業之合作機制研究--

文化創意以及精緻農業產業

**【結案報告】**

補助單位：中華民國銀行商業同業公會全國聯合會

計畫主持人：黃博怡

共同主持人：李智仁

協同主持人：唐正道

研究人員：林慧雯、謝順峰

研究助理：戴郁文、林芳如

中華民國一〇一年十二月



財團法人台灣金融研訓院自提研究計畫

新興產業與銀行業之合作機制研究--

文化創意以及精緻農業產業

補助單位：中華民國銀行商業同業公會全國聯合會

本報告內容純係研究團隊之觀點，不應引申為補助單位中華民國銀

行商業同業公會全國聯合會之意見

計畫主持人：黃博怡

共同主持人：李智仁

協同主持人：唐正道

研究人員：林慧雯、謝順峰

研究助理：戴郁文、林芳如

中華民國一〇一年十二月



# 目 錄

第一章 前言 .....	1
第一節 研究背景與目的 .....	1
第二節 研究方法與架構 .....	2
第三節 研究目的 .....	4
第二章 文獻回顧 .....	5
第一節 台灣產業結構調整歷程 .....	5
一、 台灣產業結構調整的階段 .....	6
二、 六大新興產業的推動 .....	11
第二節 新興產業特性及融資風險與管道 .....	14
一、 新興產業之特性 .....	14
二、 新興產業之融資風險與管道 .....	16
三、 新興產業風險分析框架 .....	21
第三章 文化創意產業融資問題與國內外相關政策 .....	23
第一節 文化創意產業之概述與發展現況 .....	23
一、 全球文化創意產業之概況 .....	23
二、 我國文化創意產業之發展與文創企業之界定 .....	27
第二節 文化創意產業之國外融資機制與政策措施 .....	36
一、 歐洲國家 .....	36
二、 韓國 .....	44
三、 中國大陸 .....	46
第三節 文化創意產業之國內政策與融資措施 .....	51
一、 國內文化創意產業投融資管道及相關保證機制 .....	52
二、 政府部門相關硬體建設措施 .....	61
第四節 小結 .....	66
第四章 精緻農業產業融資問題與國內外相關政策 .....	69
第一節 精緻農業產業之概述與發展現況 .....	69
一、 精緻農業之特色 .....	69
二、 精緻農業之範疇 .....	70
三、 我國精緻農業市場概況 .....	73
第二節 精緻農業產業之國外融資機制與政策措施 .....	75
一、 農業金融發展之借鏡 .....	75

二、	日本對於農業發展之金融政策.....	76
第三節	精緻農業產業之國內政策與融資措施.....	80
一、	精緻農業產業發展之問題與融資需求.....	80
二、	精緻農業產業發展之融資措施.....	82
第四節	小結.....	91
第五章	我國推動文化創意產業以及精緻農業產業應有的金融配合	95
第一節	推動新興產業融資之重要性.....	95
第二節	文化創意產業應有之金融配合.....	96
一、	誘因型融資.....	97
二、	無形資產融資.....	101
第三節	精緻農業產業應有之金融配合.....	109
一、	農企業之定義與辨異.....	109
二、	農企業之融資現況.....	116
第四節	配合推動新興產業發展應有的金融配套.....	123
一、	文化創意產業部分.....	124
二、	精緻農業產業部分.....	126
第六章	結論與建議.....	128
第一節	結論.....	128
一、	誘因型融資對我國之啟示.....	128
二、	無形資產融資對我國之啟示.....	129
三、	農企業多元融資對我國之啟示.....	130
第二節	綜合建議.....	130
參考文獻	.....	135
附錄一	中小企業信用保證基金《訪談紀錄》.....	139
附錄二	文創業者訪談紀錄—彰藝坊.....	144
附錄三	文創業者訪談紀錄—頑石創意股份有限公司.....	150
附錄四	精緻農業業者訪談紀錄—彰化縣有機農戶.....	154
附錄五	精緻農業業者訪談紀錄—萬寶祿生物科技股份有限公司.....	158
附錄六	《座談會會議紀錄》.....	161

## 圖目錄

圖 1-2-1	研究流程 .....	3
圖 2-1-1	台灣產業結構變化圖 .....	5
圖 2-2-1	企業財務成長週期與資金來源 .....	19
圖 3-2-1	歐洲國家文創產業融資措施架構 .....	39
圖 3-3-1	文化创意產業優惠貸款申請流程 .....	58
圖 4-2-1	日本農協體系圖 .....	78
圖 4-3-1	農企業主要資金來源圖 .....	83
圖 4-3-2	農業金融現制體系 .....	88
圖 4-3-3	多元化籌資管道示意圖 .....	94
圖 5-2-1	評價準則相關概念 .....	104
圖 5-3-1	農企業範疇 .....	112

## 表目錄

表 3-1-1	2008 年創意商品全球出口前二十名國家.....	26
表 3-1-2	台灣文化創意產業分類表.....	29
表 3-1-3	台灣文化創意產業政策推動架構.....	30
表 3-1-4	2006~2010 年台灣文創產業營業額與名目 GDP .....	34
表 3-1-5	2006~2010 年文創產業及子領域營業額、百分比與成長率 .....	35
表 3-1-6	2006~2010 年台灣文創產業之廠商家數 .....	36
表 3-2-1	歐洲地區文創產業和其他產業對 GDP 之貢獻比較.....	37
表 3-2-2	歐洲地區文創產業之生產力和獲利性比較.....	38
表 3-2-3	中國大陸主要的文創產業發展現況.....	47
表 3-3-1	12 家專業管理公司簡介.....	54
表 3-3-2	共同投資案計畫.....	56
表 3-3-3	2012 年 3 月底文化創意產業信用保證餘額統計表.....	60
表 4-1-1	精緻農業產業與我國行業分類對照.....	70
表 4-1-2	2008~2012 各年度農業產值 .....	74
表 4-3-1	我國政府相關農業貸款、基金與優惠措施.....	85
表 5-2-1	商業銀行投資相關規定(銀行法第 74 條).....	99
表 5-2-2	美國、日本及韓國智慧財產權融資做法比較.....	105
表 5-3-1	農企業生命週期.....	116
表 5-3-2	政策性專案農貸主要項目 .....	117

# 第一章 前言

## 第一節 研究背景與目的

近年來國際經貿環境快速改變，在全球化的趨勢下，各國之間經濟與金融整合更加深刻，許多創新技術在國際合作之下快速發展，也取代過往天然資源及非技術勞力等生產要素。然而，國際之間的深度整合卻也同時讓各國產生密切之交互影響。2008 年全球金融危機，讓直接涉入美國次貸市場不深的台灣亦深受影響，因台灣過於倚重製造業出口以支持經濟成長。根據行政院主計處資料，台灣的出口年增率自 2008 年 10 月開始，均呈現大於 20% 之減幅，直到 2010 年初萎縮幅度才收斂至小於 20%。由於台灣長久以來倚賴製造業出口以維繫成長，且多為外銷導向，產業過度集中，易受國際景氣波動影響，以致在此次金融危機當中受到歐美需求重創之負面影響，此現象讓台灣政府深刻認知到國內產業結構亟待調整。

除了全球經濟劇烈變化的因素外，台灣的人口與勞動結構也發生了質變。目前台灣出現「人口老化」與「少子化」現象，面對未來勞動結構的變化，國內產業發展必須朝向技術、硬體與服務之結合，以及滿足新興照護需求，符合未來新人口結構生活型態之產業；同時，科技製造業出口萎縮，使得多數企業出現裁員、減薪以及放無薪假的情形，讓勞動人力出現閒置的情形。政府最近 2~3 年在相關部會配合下，推出許多產業發展套案，並於 2009 年提出六大新興產業，包括生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護、文化創意等创新型服務業，以因應台灣經濟及產業結構改變之需求。

根據國際先進國家發展經驗，此類新興產業若欲發展成功，必須擁有銀行業的資金支持。OECD（2006）強調對存在中小企業資金融通缺口的國家而言，最有效的化解之道應該由銀行體系著手。惟有透過整體企業經營環境與銀行體系的改革，再輔以適當聚焦的政府計畫，才可以有效改善

中小企業自銀行體系獲取資金融通的問題。然而，財務融通困難仍是當前中小企業普遍面臨之問題，而此現象更是新創事業或創新型企業時常發生之困境。另外，國內銀行業目前貸款對象仍是以製造業為主軸，對於創新型服務業之放款比重仍偏低。因此，國內政府若欲成功協助國內產業結構轉型，亦須協助銀行業完善評估新興產業之融資可行性，在此過程中銀行業必須對產業更深入瞭解，以期減少融資風險。國內銀行業長久以來處於過度競爭的狀態，2009年6月存放款利差已降至1.11%，乃因國內過多銀行爭相競逐有限的客戶。2009年11月海峽兩岸簽訂MOU，國內銀行已可申請在大陸設立分支機構，然而短期內仍有人民幣業務限制，與設立據點之資本額要求，對國內銀行業仍可能是個挑戰。

台灣政府欲發展六大新興產業，以調整國內過度依賴製造業出口之情形，而資金來源是否能夠穩定，將影響其成功機率。六大新興產業之屬性不同，其資金需求模式自應有所差異。另外，新興產業當中的文化創意產業以及精緻農業產業必定以中小企業為主，對銀行而言代表著更高的風險，可能會抑制其放款意願。綜上所述，企業有時會因欠缺對銀行業授信政策考量之瞭解，而流失取得融資之機會；而銀行亦可能因為不夠瞭解產業特性，因而拒絕融資往來。為有效縮減此一融資缺口，本研究計畫據此為研究主題，擬就文化創意和精緻農業二大新興產業，探討政府推動該產業對銀行業之影響，以期提出相關具體建議。

## **第二節 研究方法與架構**

我國雖施行中小企業信用保證基金制度為時多年，然而，保證對象多以傳統產業或電子產業為主，未來政府將積極推動之新興產業，當中將以中小企業為主要參與者。若能順利推動信保制度在新興中小企業之

運用，並讓銀行業在當中扮演債權融資之關鍵角色，以減少該類中小企業之融資缺口，不啻為輔助國內產業轉型，同時增加國內銀行業獲利來源之另一管道。

本研究計畫將以國內外文獻資料蒐集、經驗比較、深度訪談、國內考察及召開學者專家座談會等方法，以比較分析國內外新興產業發展現況、融資缺口及對銀行與新興產業而言，最適切之融資與信用保證方式。

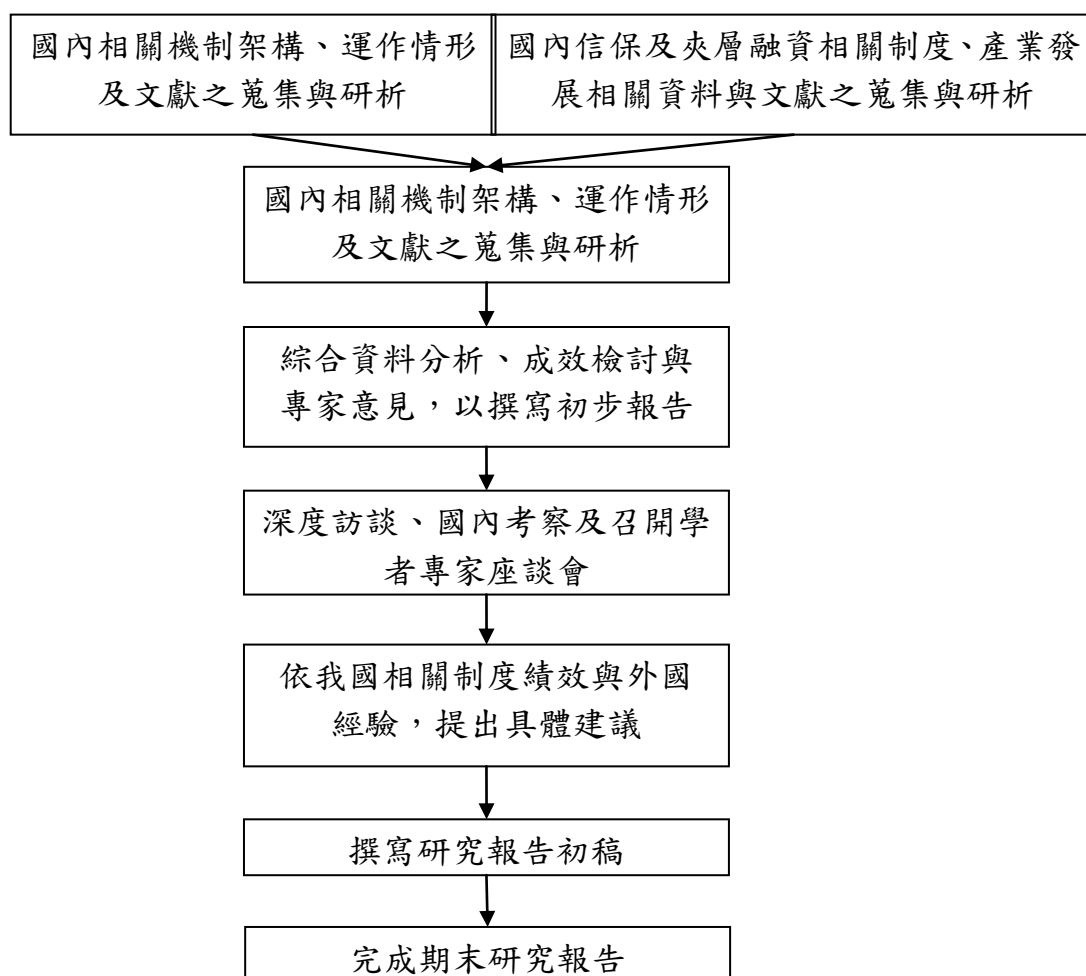


圖 1-2-1 研究流程

為減少台灣過度依賴出口成長及電子產業之經濟型態，台灣面臨產業改革與轉型之必要時刻。而時值我國政府積極推動六大新興產業，以期

更加良好運用國內某些產業與環境既存優勢之際，如何使其發展更為完善、在融資取得上更為順利，是本研究期望能達到之成果。另外，在協助推動新興產業之時，亦期望能減少銀行業對新興產業認知之不足；在提高其貸放意願之時，亦能對其評估風險之能力有所助益，並有效拓增銀行業之獲利來源。本研究期望能對新興產業之融資取得，及銀行業之獲利與風險評估同時產生助益，使可能存在之融資缺口降到最低水準。

### 第三節 研究目的

本研究報告希望能就下列三個面向提出分析與建議。

- **在新興產業方面：**瞭解全球主要國家於推展新興產業之經驗，及其在融資方面對新興產業之相關政策。
- **銀行業方面：**協助銀行業更加瞭解新興產業之營運特性、獲利模式與潛在風險，並提升銀行業者之貸放意願，同時擴展銀行業之放款對象與獲利來源。
- **主管機關：**希望能提出具體之政策建議，供政府在政策施作上的參考，特別是有關特定融資模式的配套措施。

## 第二章 文獻回顧

### 第一節 台灣產業結構調整歷程

台灣的經濟成長過程中，產業結構也急遽轉變，農業占 GDP 比重由 1951 年的 32%，下降至 2011 年的 1.72%；工業比重由 21%，上升至 80 年代時的 40%，再下降為 2011 年的 29.57%；服務業比重由 47%，攀升至 2011 年的 68.71%，整體農、工、服務業之結構，已與先進工業國家接近。然而，國內就業者結構比方面，服務業就業人數佔比僅 59%<sup>1</sup>，相較先進國家超過 70% 之數值略低，代表國內服務業仍有成長空間。

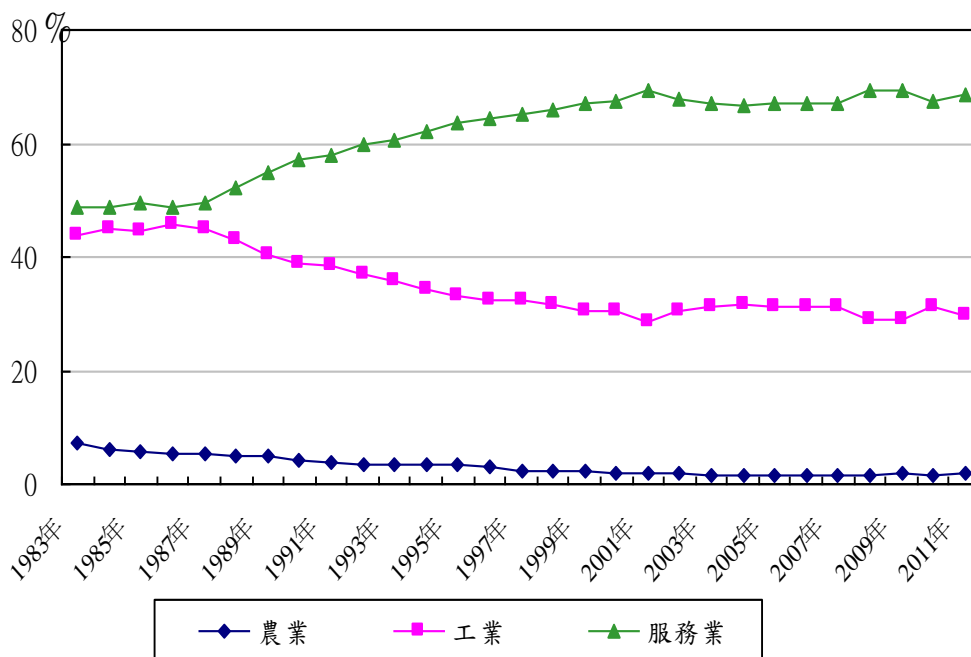


圖 2-1-1 台灣產業結構變化圖

台灣產業結構從 1940 年代末期起，一路由農業、勞力密集輕工業、資本密集重工業，轉型走向今日之高科技工業及策略性服務業，其過程與世界先進國家經濟發展軌跡相同，惟僅以 50 年的時間，完成歐美國家

<sup>1</sup> 參考行政院主計處統計資料。

1、2 百年的演進過程，而受到國際重視，不可否認這樣的成果，部分仍要歸功於適當產業政策的採行，大幅縮短自由經濟中的摸索期與等待期，加速產業轉型升級的速度。不過這 50 年來產業政策的內涵，也隨著經濟發展與內外環境情勢的變遷產生了很大的變化。茲將轉變中產業發展的歷程與各階段重要政策的演進，說明如下：

## 一、 台灣產業結構調整的階段

### (一) 1950 年代(進口替代時期)

1950 年代初期，物價膨脹、失業嚴重、外匯短缺，故政府先以土地、幣制的改革措施，改善當時之農業及金融環境。土地改革不但有助於改善貧富差距，農業生產力也跟著提升，所釋放出來的資本（土地及地主的資金）及農村勞動力，正可以用以培養工業發展，在考量當時技術、資本環境下，政府選擇以進口替代的策略發展初期工業，所提出之產業政策包括財稅、金融及行政輔導等面向，例如實施複式匯率（原為多元複式匯率，在外匯貿易改革後，改為二元複式匯率，並讓新台幣貶值）及外匯管制，減少外匯流失；獎勵僑外投資、管制進口及並提高關稅保護，以協助進口替代產業發展；配合土地改革將公營企業轉民營，以及實施外銷退稅制，鼓勵出口等等，使紡織、橡膠、腳踏車等輕工業蓬勃發展。但是因為過高的進口稅捐，限制了進口品投入的比例，以致壓抑許多有能力參與國際競爭的產業發展。

### (二) 1960 年代(出口擴張時期)

進口替代工業發展後，因國內市場規模狹小，很快趨於飽和，政府遂改以出口導向為策略，放寬經貿管制全力拓展外銷，而此時正值歐美先進國家工業發展後資本過剩、技術進步，而欲調整產業

結構的時期，因此在我國獎勵投資政策之下（1960年制定「獎勵投資條例」），先進國家中的低階工業開始移轉台灣，利用我質優價廉之勞工從事國際分工，不但使我國勞動力就業進一步提升，更有助於我國繼續發展勞力密集製造工業，進而全面提高國民所得、均衡貧富差距。在此時期，政府繼前一時期外匯改革的成果，推動19點財經改革方案，改革財經行政體系，如成立證券管理委員會等，使經濟、金融環境更趨健全；另為排除進口貿易障礙的影響，使產業能在國際上有競爭力，設立加工出口區，提供廠商更多稅捐優惠及行政手續簡化措施；在行政輔導上，亦訂定「加強工業發展綱要」及「工業輔導準則」等法規輔導產業發展，並制定「技術合作條例」、實施「國家科學發展計畫」，以提升國內產業科技技術水準。

### **(三) 1970年代(第2次進口替代及出口擴張)**

前一時期出口產業發展的同時，對於中間投入品（生產資源）的進口依賴漸增，政府考慮外國壟斷的可能性，乃推行中間投入品進口替代政策，惟基於關稅有效保護率觀念，中間投入品關稅並未大幅調高，外銷沖退稅制也未廢除，換言之，所採政策措施並不強烈，因此效果也不明顯，對於中間投入品的進口依賴並未有效降低。不過此時期之工業結構卻由勞力密集之輕工業，逐漸轉為資本技術密集之重工業，主要歸功於政府在國際經濟困難（能源危機）與外交困境中，仍堅持推動十大及十二大建設，由政府直接投資建立鋼鐵、石化、造船等重化工業，並獎勵民間發展重化工業，另亦成立工研院與資策會等研究機構、委託執行科技研究專案計畫，投入大量的經費及人力，協助研發產業技術。此外，為了提供產業新創時期所需資金，乃成立行政院開發基金、將交通銀行改制為（政策性）

開發銀行，以負責辦理中長期開發性貸款與創業投資業務，進而促使產業升級轉型。提升製造能力之外，為了讓貿易加速進行，並降低廠商的匯率風險，政府進一步放寬金融管制，建立機動匯率外匯市場、降低關稅，使得外匯存底開始加速累積。產業發展過程中，政府體認到中小企業在產業體系中占有絕大部分的比例，因此擬強化 1966 年擬定之「中小企業發展輔導方案」，於 1977 年公布「中小企業輔導準則」，針對中小企業之產銷經營建立完整輔導體系，並設立中小企業信用保證基金，幫助中小企業發展。

#### (四) 1980 年代(推動科技產業與經濟自由化)

此時期台灣已成為貿易順差國，累積大量外匯存底，因此，外在面臨主要貿易對手國（特別是日本、美國）要求開放市場、降低關稅的壓力；內部又因 1986 年新台幣大幅升值，而造成股市、房價狂飆，以致工資、地價上漲，再加上國內環保意識抬頭等種種因素，使得一些失去比較利益的傳統產業開始前往成本低廉之東南亞國家遷移投資，我國工業結構面臨進一步轉型升級的需求。此時正值國際經濟自由化的潮流興起，我國產業政策也脫離直接干預的管制形式，轉以設立科學園區（1980 年）、加強培育及延攬高科技人才、鼓勵民間事業開發新產品等政策，來進一步引導產業升級。此時期政府亟欲發展具有二大（產業關聯大、市場潛力大）、二高（附加價值高、技術密集度高）、二低（污染程度低、能源密集度低）特性之策略性工業發展，因而宣布選定十大新興工業<sup>2</sup>及八大關鍵技術<sup>3</sup>為未來產業發展的重心。除了在扶植產業的選擇上，考慮到節能、低污染產業的產業結構調整之外，乃設立環保署並公布「現階段環境保護

<sup>2</sup> 即通訊、資訊、消費性電子、精密器械與自動化、高級材料、半導體、特用化學品與製藥、航太、醫療保健、污染防制等產業。

<sup>3</sup> 指光電、軟體、工業自動化、材料應用、高級感測、生物技術、資源開發、節約能源等技術。

政策綱領」、修訂能源政策等措施，以因應環保潮流為策略。另為促成經濟自由化，政府決定再降低名目關稅至 10% 以下、放寬對外投資限制、推動公營企業民營化，以及配合 GATT 烏拉圭回合談判結果開放特許行業申請設立等政策，順應國際潮流趨勢。

#### (五) 1990 年代(產業升級)

由於資金無國界及國際分工態勢日益加速，1991 年提出國家建設六年計畫，期望透過工業區開發、人才培訓、通信建設、科技研究等各項措施，導引產業再次轉型升級向高科技工業發展，尋找成本以外的新利基，並制定了「促進產業升級條例」(1991 年) 代替原來「獎勵投資條例(簡稱獎投條例)」，強化對策略性產業及產業技術升級的租稅誘因。1994 年發布「產業發展白皮書」，釐定未來 10 年產業發展的八大政策構想<sup>4</sup>。1995 年政府提出「亞太營運中心計畫」，時值六年國建計畫因財源籌措困難受阻，國際上又有 APEC (1989 年成立)、EU (1993 年成立)、NAFTA (1994 年簽署) 及 WTO (1995 年改組) 成立等經貿統合力量出現的威脅，我國為避免經濟地位被邊緣化，乃積極尋求加入，並提出塑造台灣成為亞太營運中心的願景，計畫內容包括促進貿易、投資自由化、放寬人員與資金移動管制、確立資訊化社會之法律體系等，以建立台灣成為亞太地區之製造、金融、電信、轉運、媒體中心。然而，台灣能否成為亞太營運中心仍待考驗。

此時期中國經濟崛起，面對區域經濟整合的力量，我國也自 1992 年起實施「台灣地區與大陸地區人民關係條例」，以有效規範兩岸經

---

<sup>4</sup> 即為(1)加強國際經貿協調與合作；(2)規劃對外投資策略，確保海外生產空間；(3)擴大產業技術研發，提高關鍵技術開發與運用能力；(4)創造良好經營環境，激發民間投資活力；(5)提昇環保共識，加強維護環境品質；(6)提昇產業能源使用效率，確保能源穩定供給；(7)合理配置與善用土地資源；(8)健全兩岸經貿發展。

貿，隨後也通過貿易與金融業務往來許可辦法，開放大陸地區產品間接進口及金融業務往來，至今中國大陸已成為我最大貿易夥伴、出口市場、順差來源及第二大進口來源。

#### (六) 2000 年代(布局全球時期)

進入 21 世紀後，全球化的腳步更快，連企業營運上都沒有了國界藩籬。為了讓我國企業能在全球化的競爭中取得一席之地，在策略上，政府選擇將競爭優勢建立在較高階、複雜的生產要素（如創新能力、技術能力等）及堅強的關聯支援產業上，故政策目標在透過協助企業向價值鏈的兩端延伸，加強研發技術及建立自有品牌，使台灣成為一個全球運籌中心。因此在「知識經濟方案」中，規劃將製造加值的產業結構，轉型為知識加值的產業；在「國家發展重點計畫」中，也強調投資於培育人才、發展文化創意產業、建立台灣成為國際創新研發基地及營運總部、促使產業高值化。此外，為使企業及早因應無國界的經營趨勢，2006 年成立「全球投資布局研究會報」，並提出「我國具競爭力產業拓展海外市場計畫」，以鼓勵並協助企業赴海外投資、開拓市場。由於聯合國世界環境與發展委員會（WCED）1987 年發表「Our Common Future」報告後，「永續發展」已成為國際重視的議題，故在二期「新世紀國家建設計畫」中，均以建設台灣成為「綠色矽島」為總目標，以達成經濟知識化、環境永續化、社會公義化的發展結果。落實在產業政策上，即以扶植發展綠色節能、新興工業及策略性服務業為策略，運用獎勵研發、促進投資、強化智慧財產權、提升產品附加價值、降低污染及能源使用、建立自有品牌等相關政策措施，兼顧環境、能源及經濟的平衡發展，達成經濟整體之永續發展。

## 二、 六大新興產業的推動

如前所述，台灣自 1980 年代起，產業政策轉向設立科學園區、加強培育及延攬高科技人才、鼓勵民間事業開發新產品等政策，在政府策略性導引下投入大量資源發展資訊、半導體、通訊及面板等產業，在全世界科技產業取得領先地位。然而，由於台灣科技業屬於外銷導向，易受國際景氣波動影響，2008 年全球金融海嘯爆發、歐美主要國家經濟明顯衰退，造成我國科技業出口大幅萎縮，企業裁員或實施無薪假造成大量失業等問題，顯示台灣產業存在過度集中的風險，產業結構亟需進行調整。

在台灣既有兩兆雙星及資訊、通訊產業的基礎上，並因應未來節能減碳、人口老化、創意經濟興起等世界趨勢，政府選定生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護及文化創意等六大產業，由政府帶頭投入更多資源，並輔導及吸引民間投資，以擴大產業規模、提升產值及提高附加價值。目前六大新興產業發展策略已陸續完成規劃，初步估計自 2009~2012 年間政府將投入超過 2,000 億元的經費，期能為台灣帶來改變。

政府推動六大新興產業主要之旗艦計畫分述如下：1.精緻農業：發展有機農業計畫、肉品安全維護計畫、石斑魚產值倍增計畫、農業生物技術產業化發展方案、休閒農業加值發展計畫；2.文化創意產業：公藝創意產業發展計畫、台灣設計/數位內容產業計劃、台灣流行音樂中心/電視產業計畫、故宮文化創意產業旗艦計畫；3.醫療照護產業：科技化健康照護創新服務計畫、長期照顧十年計畫、遠距照護試辦計畫；4.生物科技產業：生技製藥國家型計畫、基因體醫學國家型計畫、生醫科技島計畫、農業生技產業化發展計畫；5.觀光旅遊產業：重要觀光景

點建設中程計畫、觀光拔尖計畫；6.綠色能源產業：能源國家型科技計畫、新能源產業旗艦計畫。

政府欲發展之六大新興產業較側重於創新型服務業之導向，根據經濟部「2015年經濟發展願景」，其以建立完善的服務業發展環境為目標，內容如下：

#### **(一) 鬆綁法規，強化監理**

以「負面表列，強化監理」之原則，全面檢討影響服務業發展之法規及監理制度，例如：

1. 開放外人投資經營小貨車租賃業。
2. 放寬民用航空運輸業、普通航空業之外人投資上限由現行總資本額3分之1，提高至49%。
3. 解除「私立學校法」中有關外國董事不得超過3分之1，以及董事長不得為外國人之限制。
4. 推動金融法規與國際接軌，強化金融機構公司治理並設置獨立董事。
5. 解除會計師限由非法人型態事務所提供服務之限制。
6. 放寬工程技術顧問公司之董事長或代表人必須由執業技師擔任之限制。

#### **(二) 服務業科技化**

新科技影響人類生活同時表現於產品與服務上，而且兩者是互為因果、互相影響的，未來在金融、電信、物流、觀光休閒等服務業中心科技的應用將隨處可見，例如：

1. 推動RFID應用及擴散，建立農產品、食品流通履歷、健康醫療照護系統以及航空貨運物流及保安先導應用。

2. 推動科技驅動創新服務(ITeS)，如新一代網際網路Web2.0、P2P、Web Services等之商業應用服務模式，並建立創意平台及創新育成輔導機制，以鼓勵萌芽期之創新服務事業發展。

### (三) 協助資金籌措

服務業目前的發展瓶頸在於企業規模小、固定資產少(以無形之智慧財產為主)，以致於在資金籌措上遭遇困難，為了協助服務業籌措發展所需資金，提出下列措施：

1. 建立無形資產評價機制。
2. 辦理「促進服務業發展優惠貸款」：特別針對研究發展、培訓人才、物流、品牌、廣告、行銷之計畫提供融資。計畫自2006~2011年，為期五年，由國家發展基金及銀行業按1：2之比例共同出資辦理，核貸總額以100億元為目標。

### (四) 致力服務創新

讓實質內容耳目一新：

1. 推動卓越台灣設計DIT計畫。
2. 振興電影產業計畫。
3. 強化服務產品的研發。
4. 提供創新服務系統研發補助。

### (五) 規劃服務業品質認證

全面提升服務品質：

1. 服務業品質認證制度的完備，有助於提升服務業的經營能力及服務品質。
2. 落實推動現有認證制度，例如資訊軟體CMMI認證、資訊專業人才認證、旅館等級評鑑、中餐烹調證照等。並對其他服務業

之品質認證制度進行規劃研究，初步建議，政府可協助醫療保健及照顧、運動休閒等服務業建立認證制度。

## 第二節 新興產業特性及融資風險與管道

### 一、新興產業之特性

台灣政府為推動國內經濟發展，並促進產業結構調整，因而推動六大新興產業。然而，台灣若欲大規模發展新興產業仍待各方努力，包括政府完善規劃發展模式以及民間資金之參與，方能協助新興產業更臻成熟之進展。然而，欲發展新興產業絕非易事，既然是新興產業，就表示創業者必須承擔未知的風險。根據 Miller (1992)、McGrath & MacMillan (1995)、Nesheim (2000) 等多位學者之探討，新創事業主要的特性可歸納如下：

- 新創事業之不確定性高，但創業者必須在一定的時間限制內，完成重要的階段性目標；
- 建立團隊、資金募集、產品研發、初步市場行銷，為創業者最重要的工作；
- 資金短缺、產品無法及時上市、缺乏市場及技術變化時的關鍵競爭力，以及無法吸引到優秀的人才，皆是新創事業主要的風險。

Johnson (1986) 則認為新創事業等同於中小企業，而新設企業也為整體經濟注入新的活力，對整體經濟的創新能力具有重要影響。McGrath & MacMillan (2000) 則指出，在進行新創事業投資時，創業者多半面對全然未知之領域，許多數據之預測只能藉由假設得知，然

而，在未知的狀況下可以預見正確性必定偏低。一般而言，當新創事業正式發展時，往往會偏離原先預定的規劃，此即為新創事業必須面對之風險。

劉常勇（1997）教授認為，技術創業家是指具備高度創業精神的技術擁有者，藉由創業活動將具有市場潛力的技術創新加以商品化。然而，若創業者欲實現其夢想，尚需兼具資本與管理兩項條件，而這兩者往往又是技術創業家最欠缺的部份。除此之外，由於新創事業本身具有高風險的特質，是以在一般融資市場籌資將面臨較大困難，也因而時常造成許多優良之新創事業遭遇阻礙。

由上述相關研究可知，新創事業最常面臨的風險，除了市場接受度無法完全掌握外，融資來源之取得與穩定性亦是相當大的不確定因素。而新興產業當中的新創事業，更是無可避免地須面對上述雙重挑戰。

另外，根據 OECD(2004)研究報告<sup>5</sup>，所謂的創新型中小企業，其定義為開發推展有利可圖之新產品的過程與服務(OECD, 2001)。意即在市場上推出嶄新或經過加工改良的產品。隨著國際化的趨勢，世界經濟日益結合、相互依存，有能力的企業家抓住全球的商機，掌握市場的潮流，並能快速推出符合消費者需求的商品，創新能力已成為國家經濟成長的關鍵因素。

以 OECD 國家為例，屬於製造業之中小企業，其中約 30~60%正進行創新活動。OECD 國家當中，如比利時、愛爾蘭、義大利、葡萄牙及英國，小型製造企業擁有之創新性幾乎等同大型企業。服務業方面，如葡萄牙、瑞士及英國，亦有相同現象(OECD, 2002)。

---

<sup>5</sup> 參考 OECD(2004), Financing Innovative SMEs in a Global Economy。

不確定性與資訊不對稱是中小企業的特色，但此特色亦使創新型中小企業更難透過傳統的方式獲得資金。主要原因如下：

#### **(一) 創新活動之報酬具高度不確定性**

企業創新是指企業在市場推展新型產品或方法，是以金融機構及投資者難以充分評估其風險特徵與違約機率。

#### **(二) 企業主與資金提供者存在資訊不對稱**

一般而言，企業較外部資金供給者擁有更多產品及服務特點等內部資訊，創新型中小企業可能存在更大量的訊息不對稱，致使雙方難以訂定彼此滿意之融資合約。

#### **(三) 創新活動具無形之特性**

創新之商品在成功之前，外界難以評估未來之創新價值。除此之外，創新商品若失敗，幾乎沒有殘餘的價值。因此，創新型中小企業所提供的擔保品，僅能獲得非常有限的貸款。

#### **(四) 創新週期呈現非直線且複雜的過程**

創新產品初期僅是個理想中的架構，爾後仍須通過開發、測試及被消費者接受等階段。而在產品持續進展的過程當中，需要有外部資金提供者不斷提供融資，若沒有充分的資金投入，將可能導致企業創新失敗。此情形亦可能增加投資者的風險。

## **二、新興產業之融資風險與管道**

### **(一) 新興產業的融資問題**

做為新興產業主體的中小企業在各個經濟體的成長當中，一直扮演著關鍵角色，無論是就業、創新或成長，皆發揮了重要的作用。然而，許多資料顯示中小型企業仍存有許多成長與生存的障礙，包括有限的融資途徑。Flahvin(1985)指出可能導致企業失敗的理由包括

缺乏資金、缺乏財務控制及會計資訊，或缺乏管理技巧及經驗。Lussier(1995)則認為有適當資金的創業比無適當資金的創業容易成功。

由於中小企業之市場影響力較低、管理技能較不足、無形資產比例過高、缺乏擔保品、缺少透明且詳盡的會計記錄，都可能增加中小企業的風險程度。因此，傳統的商業銀行及投資者通常不願提供中小型企業資金融通。

由於隸屬新興產業之新創企業，初始創業規模必定為中小企業，是以新興產業之新創企業所面臨的融資風險，與中小企業融資風險較為相似。Bink & Ennew (1996) 研究指出小型企業為獲得銀行融資，會盡量釋放對公司有利資訊以獲得貸款，如此一來，便可能產生資訊不對稱現象，此時抵押品或是信用擔保可以降低逆選擇或道德風險。

而 Fluck, Holtz-Eakin & Rosen (1997) 等學者對財務成長循環進行實證研究，認為企業在創設初期，正處於產品研發階段，需要大量資金投入，但由於規模較小、且所有資產多屬無形，公司資訊較不透明，故往往難以取得外部中介性資金。

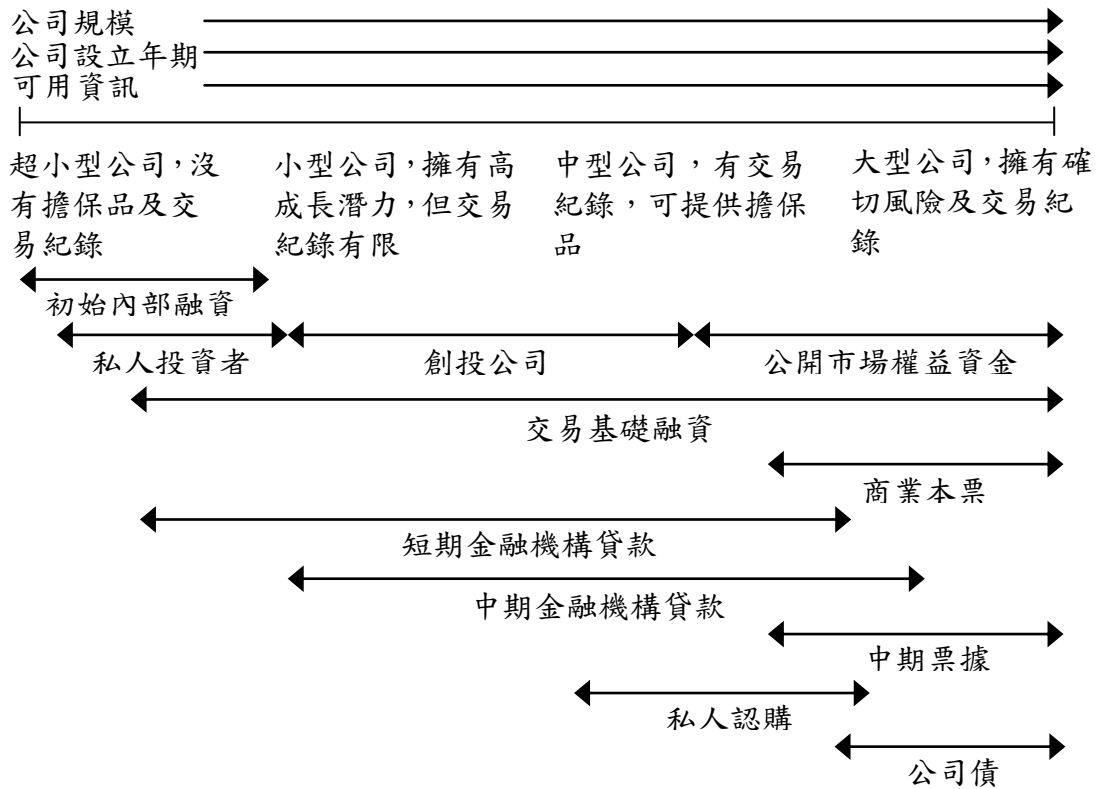
吳惠林、周添城(1992)研究指出中小企業常發生財務不健全、技術難以提昇、行銷受限制、管理不上軌道等困境。當中小企業面臨上述困境時，決定其成功與否之關鍵是本身之經營能力及融資管道之暢通。

楊雅惠(1999)研究發現中小企業較難從金融機構取得融資，亦難以透過貨幣市場與資本市場籌資。政府雖設有中小企業信用保證基金，但許多中小企業仍苦無穩定之融資來源。究其原因，乃中

小企業多半財務結構較差，加上金融機構對中小企業貸放態度偏保守所致。

黃博怡等(2009)指出中小企業普遍存在不確定性與資訊不對稱的問題，對創新型中小企業而言前述兩項問題更為顯著，是以其融資取得較一般產業的中小企業更為困難。原因包含創新活動高度扭曲與不確定的報酬，以及創新活動通常屬於無形資產，在成功商業化之前難以確實評估其確切報酬。除此之外，當中小企業之風險超過金融機構願意提供之融資額度且市場發生缺陷時，將導致企業無法以其優勢取得融資，便形成資金缺口。相較於傳統的中小企業，創新型中小企業更難取得資金。然而，每一個發展階段都有不同的融資需求。

Berger & Udell (1998) 在一篇探討小型公司財務結構與融資行為的研究中，以實證資料顯示，新創事業在不同企業成長週期所需的資金來源各異，其中包含內外部資金、權益投資及債權融資等部份。由於企業在不同生命週期，其本身營運條件或外在環境均有所變化，致其融資行為亦有不同的考量(參考圖 2-2-1)。



資料來源：Berger & Udell (1998) , “Firm continuum and sources of finance”

圖 2-2-1 企業財務成長週期與資金來源

由 Berger & Udell(1998)之研究可以發現，公司在成立初期因缺乏交易紀錄及擔保品，且早期收入較不穩定，難以取得外部金融機構融資，此時較為倚賴內部融資，包括創業者本身及其親友的資金。爾後企業開始成長並逐漸顯現成長潛力，且交易紀錄愈來愈齊備，創投公司在評估企業潛力後，便開始投入權益資金；金融機構的短中期債權資金亦會陸續進駐。當企業發展到相當規模之時，便有機會邁向資本市場籌資，以獲得公開市場資金，包括權益資金（發行股票、現金增資）及債權資金（公司債）。

由上述內容可知，新興企業之資金來源當中，除了內部資金、創投資金之外，金融機構融資來源亦占據相當大的重要性。然而，過往研究亦普遍指出新興階段的中小企業較難取得金融機構融資，

因此，縮減新創事業與金融機構之間的資訊不對稱，以提高金融機構提供融資之意願，對於發展新興產業實有莫大助益。

## (二) 夾層融資特性與新創事業融資之應用

黃博怡等(2009)研究認為創新型中小企業在獲得創業投資的資金之後，會發展出另一種融資工具—夾層資本。夾層資本並沒有明確的定義，但同時擁有債券和股票的特點，是一種富有彈性的融資工具。在創新型中小企業未上市之前，是以債券形式來融資，企業會支付利息給投資者，並可在將來某段時間內，以約定的價格轉換成股票形式，或認股權證、選擇權等方式。夾層資本提供創新型中小企業靈活的融資方式，當企業產生資金需求時，若使用夾層資本的方式進行籌資，亦可減少股權被稀釋的風險。

根據國際經驗，傳統的夾層融資主要應用於槓桿收購(LBO)、管理層收購(MBO)或企業購併交易(M&A)之中，惟目前已經成為中小企業擴張及基礎設施建設的主要融資工具。一般而言，中小企業欲藉由公開市場發行股票融資相當艱難，而在取得銀行融資方面，亦相對大型企業來得困難。由於中小企業資產規模較小、現金流量較不穩定且財務較不透明，是以不易獲得銀行貸款。而在資金提供者方面，誠然商業銀行在市場高度競爭的情況下，有意擴大客源以增加獲利與市占率，但在中小企業資訊透明度相對不足，致使潛在信用風險偏高的情況下，亦不敢與之進行業務往來。因此夾層融資會是緩解中小企業融資困難，並減少中小企業融資缺口之一帖藥方。

由於夾層融資之運作方式，針對財務訊息及經營狀況的要求較少，是以中小企業較易藉此管道取得需要之資金。夾層融資可以提供中小企業需要之大額資金，且其貸款期間相對於銀行的中短期貸

款來得更長，在資金運用靈活度方面亦更高，且更適於中小企業資金運用型態。若能借鑒國際市場經驗，以推動夾層融資應用於中小企業融資，不失為解決現存與潛在中小企業融資缺口之良方。夾層資本或許是未來創新型中小企業取得融資的良方，本研究亦將針對此融資方式加以深究。

### 三、新興產業風險分析框架

行業風險分析所要解決的問題，涉及新興產業的經營環境將可能發生怎樣的變化。該環境透過一般無法控制的經濟、政治、市場和人口的方面的因素所決定。行業分析將有助於識別該行內所有公司都要面對的主要風險，並為評估這些風險對該行業的未來信用度與成長性的影響打下基礎。

對從事競爭的行業基本趨勢和影響作行業分析和風險評估，有助於銀行和創投公司了解個別企業所處的重要背景，弄清特定企業的管理階層在面對風險和變化的商業環境時將如何做出反應，還有利於理解企業的基本管理戰略和決策是如何適應歷史上可預見未來的行業條件。此外，行業分析對於確定企業在行業中的競爭地位至關重要，有助於銀行和創投公司理解決定企業成敗的關鍵因素。事實上，行業分析和行業風險評估有很多種方法和模擬，根據 Michael Porter 五力分析模型，其所發明的分析模型包含了影響每個行業的五種力量：

- 行業內競爭程度：當市場份額在眾多企業之間區於分散時，競爭程度會越來越高。
- 替代品威脅：是指來自其他行業的產品和服務的競爭。
- 買方議價能力：是指買方對生產行業的控制優勢或程度；買方行業在下列情況下對價格和具體產品有著更強的控制能力

和優勢地位：(1)存在眾多生產者但僅有少數的購買者；(2)買方購買了生產出的產品相當大份額；(3)買方有潛力“逆向”整合，收購生產性行業內的企業。

- 賣方議價能力：是指原材料、配件或勞動力的提供者對生產行業的控制優勢或程度。當賣方議價能力較強時，他們可以向依賴其產品或服務的行業制定較高的價格而獲利。
- 進入障礙：是指阻止新企業進入某一行業的困難要素。

上述文獻中對於風險分析的強調，不僅企業可藉此評估其本身之經營風險，同時也可讓融資的金融機構更易評估企業的需求。

### 第三章 文化創意產業融資問題與國內外相關政策

過去十餘年來，世界各國積極推動文化創意產業的發展，包括經濟與文化成熟發展的先進文化大國，如英國、美國、日本；或者極欲突破傳統代工定位、從製造代工(OEM)轉型為設計代工(ODM)的新興亞洲國家，如中國大陸、韓國、泰國，都已意識到文化創意產業帶動國家經濟成長、產業升級的能量，以及在城市行銷上所能創造的高附加價值，並將文化創意產業政策視為國家的重點計畫，並以政府機關之力量給與業者各種面向的支援與協助<sup>6</sup>。然而隨著文化創意產業的快速發展，世界各國也都發現制約該產業成長的一項重要因素即為融資渠道的限制，因此如何借鑑國際上的相關經驗，並了解突破文創企業融資問題的做法，已成為大家所關切之議題。

#### 第一節 文化創意產業之概述與發展現況

##### 一、全球文化創意產業之概況

由於文化創意產業的高附加值、可持續發展性、大量的就業機會創造和高於國民經濟的成長速度等原因，因此受到越來越多國家的重視，並成為越來越多國家和地區的發展方略，不少國家更提出了「文化立國」、「文化強國」的戰略，文化創意產業因此成為 21 世紀世界經濟中最具活力的行業之一。即使 2008 年經濟危機席捲全球，但全球的文化創意產業仍然逆勢上揚，文化創意產品與服務的世界出口額仍保持自 2002 年以來每年 14% 的增長態勢，說明文化創意產業已成為當今創意時代活力十足的新興潛力行業。

---

<sup>6</sup> 詳見行政院文建會(2009)。

## (一) 經濟發展與文化創意產業之規模

以國際發展的角度來看，文化創意產業已成為各國近年來少數幾項具有大幅成長潛力的產業。如英國 1997 年首次將文化創意產業列為國家重要的政策，其目的為藉由創意產業，重塑英國在世界上已逐漸衰微的創新競爭力。結果至 2002 年英國創意產業的產值快速增加至 210 億英鎊，且就業人口數則增為 195 萬人；日本於 20 世紀初面臨經濟泡沫化的危機，從經濟與政治的硬勢力轉而發展文化創意的軟性國力。經過 10 多年的努力，今天的日本透過動畫、遊戲產業，已在全世界展現了強勁的文化滲透力。

為因應全球經濟局勢與社會變遷，過去十餘年來，不少國家正積極推動文化創意產業的發展，期待透過此舉來帶動經濟產業轉型，或者做為另一種形式之國力展現。具體而言，可分為兩類國家：其一為經濟與文化成熟發展的先進文化大國，如英國、美國與日本；另一類為亟欲突破傳統代工定位的亞洲新興國家，如中國大陸、韓國、泰國與新加坡等。彼此共同點在於皆已意識到文化創意產業帶動國家經濟成長、產業升級的能量，以及在城市行銷上所能創造的高附加價值，並將文化創意產業政策視為國家的重點計畫，以政府機關之力給與業者各種面向的支援與協助。

就以下國家文創產業發展的歷程觀之，文化創意產業已然成為各國近年來少數幾項具有大幅成長潛力的產業。以英國為例，英國在 1997 年國會大選後首次將文化創意產業列為國家重要的政策，並將其文化事務主管機關更名為文化媒體暨體育部 (Department of Culture, Media and Sports)，開始大力推廣文化創意產業，其目的在於藉由創意產業，重塑英國在世界上已逐漸衰微的競爭力。具體成果

為十餘年來該產業產值及就業人口皆穩定成長，根據 2011 年台灣文化創意產業發展年報，截至 2010 年英國創意產業的就業人口數已增加為 228 萬人，佔整體就業人數的 7.8%，使英國創意產業成為僅次於金融業之第二大產業。更在 2012 年夏天配合倫敦奧運的舉行，推出一個不只是單純運動賽事的文化奧運(Cultural Olympiad)，展現出英國創意產業的深度與廣度；而與我國鄰近的日本於 20 世紀 90 年代起就開始面臨經濟泡沫化的危機，但善加利用原本雄厚的經濟實力，為其原本就有好底子的文創產業提供發展後盾，如今亦可看出其國家發展重點已從全面發展經濟與政治的硬勢力逐漸轉為發展文化創意的軟性國力。經過 10 多年的努力，今天的日本透過動畫、漫畫與遊戲等產業，已在全世界展現了強勁的文化滲透力。日本經濟產業省更訂定文化產品出口額之目標要從 2010 年的 4.5 兆日圓跳到 2012 年的 12~17 兆日圓；至於曾經歷亞洲金融風暴摧殘的另一近鄰韓國，也在本世紀初開始，依據文化產業振興基本法第 31 條，成立韓國文化產業振興院，計畫要擠身為全球前五大文化產業國之一，全面以新的文創產業商品（諸如電視電影內容）搭配既有之工業及電子產品，形成一股韓流，對亞洲鄰近國家甚至是歐美市場進行滲透並替韓國賺進可觀的外匯收入，其文化創意產業 2010 年全年度營業額已達 72.5 兆韓圓，成果斐然，有目共睹。

根據聯合國貿易暨發展會議(United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD)於 2010 年所發表的創意經濟報告 The Creative Economy Report 2010 第五章數據，2002 年至 2008 年的 6 年之中，全球創意產業外銷額(包含商品與服務)已從 2002 年的 2,671.75 億美元成長至 2008 年的 5,920.79 億美元，年複合成長率達 14.4%。

其中已開發國家目前在創意產業國際外銷市場依然是主流，創意商品出口額在 2008 年占全球之外銷額即高達 56%，而創意服務出口在 2008 年占全球之外銷額更高達 83%，深具文化輸出的優勢。其次，吾人亦可發現從已開發國家與開發中國家創意商品外銷額比例觀之，兩者比例已逐年拉近，由 2002 年的 1.6866 比 1 到 2008 年 1.2888 比 1，亦顯示出開發中國家近年來全力推動發展創意產業的成果。

就創意商品外銷國排名分析(見表 3-1-1)，根據 The Creative Economy Report 統計，2008 年全球前十大出口國分別為中國大陸、美國、德國、香港、義大利、英國、法國、荷蘭、瑞士與印度，詳細金額如表 3-1-1 所示。其中第一名的中國大陸創意商品外銷金額達 848.07 億美元，遙遙領先其他國家。亞洲國家之所以能展現驚人的成長能量，說明以中國大陸(含香港)、印度與土耳其為首的發展中國家，近年來由公部門主導推動創意產業發展已見成效。據此，文創產業實為我國可以考慮大力推動發展，力求不讓歐美先進國家專美於前之利基產業。

表 3-1-1 2008 年創意商品全球出口前二十名國家

單位：百萬美金

排名	國家	產值	全球市佔率(%)
1	中國大陸	84,807	20.8
2	美國	35,000	8.6
3	德國	34,408	8.5
4	香港	33,254	8.2
5	義大利	27,792	6.8
6	英國	19,898	4.9
7	法國	17,271	4.2
8	荷蘭	10,527	2.6
9	瑞士	9,916	2.4

排名	國家	產值	全球市佔率(%)
10	印度	9,450	2.3
11	比利時	9,220	2.3
12	加拿大	9,215	2.3
13	日本	6,988	1.7
14	奧地利	6,313	1.6
15	西班牙	6,287	1.5
16	土耳其	5,369	1.3
17	波蘭	5,250	1.3
18	墨西哥	5,167	1.3
19	泰國	5,077	1.2
20	新加坡	5,047	1.2

資料來源：The Creative Economy Report(2010)，本研究綜合整理

## (二) 文化創意產業上、中、下游之供應鏈

若以產業上下游供需的角度來觀察整個文化創意產業，在 upstream 的主要供應來源產業包括了印刷業、塗料、染料及顏料製造業、廣播電事業或電影業之節目製作、儀器設備業、資料儲存媒體製造及複製業等等，其主要機能為提供中游之各細項產業(如文藝創作及出版業、廣播電視業等)在製作產品與提供服務時所需之各項原物料。而位於中游之出版業、廣播電視業、廣告業、影片及聲音出版業等在將產品製作完成之後，再透過下游之各項管道與通路(如電視節目透過電視台之節目播送、電影透過電影院放映、新書經由書店發行，透過物流或快遞業運送)，將各個完成之智慧成果呈現在消費者的手中。整個文創產業鏈形成了一個互相合作且密不可分的整體。

## 二、我國文化創意產業之發展與文創企業之界定

### (一) 我國文化創意產業之界定

依據聯合國教科文組織對「文化產業(Cultural Industries)」所為

之定義：「結合創作、生產與商業之內容，同時這些內容在本質上具有無形資產與文化概念之特性，並獲得智慧財產權之保護，其形式可以是貨品或是服務。從內容來看，文化產業也可以視為創意產業；或在經濟領域中，稱之為未來性產業(Future Oriented Industries)；或在科技領域中，稱之為內容產業(Content Industries)」<sup>7</sup>。又依英國對「創意產業(Creative Industries)」所為之定義：「創意產業源於個人之創造力、技能與才華，透過智慧財產之形成與運用，具有開創財富及就業機會之潛力」。而我國於 2010 年 1 月 7 日三讀通過之文化創意產業發展法所界定之文化創意產業為<sup>7</sup>：「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業」。

具體而言，文化創意產業發展法包括下列 16 種子產業，分別為：1.視覺藝術產業、2.音樂及表演藝術產業、3.文化資產應用及展演設施產業、4.工藝產業、5.電影產業、6.廣播電視產業、7.出版產業、8.廣告產業、9.產品設計產業、10.視覺傳達設計產業、11.設計品牌時尚產業、12.建築設計產業、13.數位內容產業、14.創意生活產業、15.流行音樂及文化內容產業以及 16.其他經中央主管機關指定之產業。

而台灣「文化創意產業」的範疇，原為文化創意產業推動小組在第三次委員會議討論中，所提出之「視覺藝術」、「音樂及表演藝術」、「工藝」、「設計產業」、「出版」、「電視與廣播」、「電影」、「廣告」、「文化展演設施」、「數位休閒娛樂」、「設計品牌時尚產業」、「建築設計產業」和「創意生活產業」等十三個子產業。如同前述，在

---

<sup>7</sup>當初文創法中文化創意產業之定義係參考聯合國教科文組織對於「文化產業」(Cultural Industries)及英國對於「創意產業」(Creative Industries)之定義而來。

文創法制訂並頒佈後，其產業類別亦從原先之十三類擴增到十五加一類。更可進一步將其中之十五個子產業歸納為四大領域，分別為藝文類、媒體類、設計類以及數位內容類，其中又以前三類為大宗，茲整理如下表 3-1-2 所示。

表 3-1-2 台灣文化創意產業分類表

領域	產業(15+1)	目的事業主管機關
藝文類	視覺藝術產業	文化部
	音樂及表演藝術產業	文化部
	文化資產應用及展演設施產業	文化部
	工藝產業	文化部
媒體類	電影產業	文化部
	廣播電視產業	文化部
	出版產業	文化部
	廣告產業	經濟部
	流行音樂及文化內容產業	文化部
設計類	產品設計產業	經濟部
	視覺傳達設計產業	經濟部
	設計品牌時尚產業	經濟部
	建築設計產業	內政部
	創意生活產業	經濟部
數位內容	數位內容產業	經濟部
其他	經中央主管機關指定之產業	

資料來源：行政院文化部

「創意台灣-文化創意產業發展方案」係規劃國內文創產業發展之藍圖，期能開拓大陸市場，進軍國際，使台灣成為亞太文創產業匯流中心。該方案提出二大主軸、五大策略和六大旗艦產業。二大

主軸分別為「環境整備」及「旗艦計畫」。「環境整備」包括資金挹注、產業研發輔導、市場流通及開拓、人才培育媒合及產業集聚效應等五大策略，著重於建構完產之發展環境，使文創產業皆能獲得適當輔導與協助。「旗艦計畫」則包含工藝產業、電視內容產業、電影產業、流行音樂產業、數位內容產業、設計產業等六大旗艦產業。此六大旗艦產業為現有文創產業中，發展較成熟、較具產值潛力、產業關聯效益大的產業，期予重點帶動，發揮領頭羊效益。台灣文化創意產業政策推動架構如表 3-1-3：

表 3-1-3 台灣文化創意產業政策推動架構

主軸	子計畫	發展策略	具體作法
環境整備	多元資金挹注	以補助方式協助文化創意產業化	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 整合各部會文創產業補助機制</li> <li>● 導成立藝文產業育成中心</li> <li>● 補助文創產業研發生產及行銷推廣</li> <li>● 提供種子資金，協助文創產業化</li> <li>● 補助縣市推動文創產業</li> </ul>
		建立文創融資與投資機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 強化文創產業融資機制--落實經濟部「數位內容及文化創意產業優惠貸款」、「促進產業創新或研究發展貸款」</li> <li>● 增辦中長期資金250億辦理中小型貸款</li> <li>● 增辦國發基金100億元投資文創產業</li> <li>● 推動無形資產評價機制</li> </ul>
	產業研發及輔導	諮詢輔導與制度建立	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文創產業政策幕僚作業</li> <li>● 提供專業諮詢服務</li> <li>● 建立產業輔導各類機制</li> <li>● 協助建立智慧財產權保護及流通機制</li> </ul>
		建立文創產業情報網	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文創產基本資料調查統計分析</li> <li>● 國際文創產業發展趨勢研究</li> <li>● 建立文創產業情報網與數位資料庫</li> <li>● 推動跨界整合計畫</li> </ul>
		數位科技與文化創意產業整合發展	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提供故宮科技與人文跨域文創環境</li> </ul>

主軸	子計畫	發展策略	具體作法	
	市場流通及拓展	打造台灣文化創意品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 策辦國際大獎及大展</li> <li>● 舉辦或協助業者參與國內外文創產業競賽與獎項</li> </ul>	
		整合資源開拓海內外市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 每年定期舉辦台灣國際文創展/博覽會</li> <li>● 參與中國重要文創博覽會</li> <li>● 建立兩岸文創產業合作及市場開發機制</li> <li>● 拓展文創產業國際通路</li> <li>● 協助文創業者參與國際重要會展</li> <li>● 鏈結國際文創相關組織建立跨國技術合作及交流機制</li> </ul>	
	人才培育及媒合	扶植文創新秀	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建置音樂創作與行銷平台</li> </ul>	
		推動文創經紀機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 培養文創中介人才</li> <li>● 推動文創經紀機制</li> </ul>	
		視覺藝術推廣計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 國美館現代化典藏庫房建造計畫</li> <li>● 數位藝術推展計畫</li> <li>● 青年藝術家培植計畫</li> <li>● 藝術數位典藏增值與應用計畫</li> </ul>	
	產業集聚效應	五大園區綜合管理規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 五大園區綜合發展規劃</li> <li>● 五大園區產業集聚資訊平台</li> </ul>	
		華山創意文化園區	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 型塑台北文創軸帶推廣計畫</li> <li>● 策辦華山藝術生活節</li> </ul>	
		台中創意文化園區		
		嘉義創意文化園區		
		台南創意文化園區		
		花蓮創意文化園區		
		打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 形塑中華文化特色之文化創意產業設計基地</li> <li>● 促進數位內容授權營運及媒合</li> </ul>	
	旗艦計畫	工藝產業旗艦計畫	卓越研發行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 成立「工藝創新育成中心」</li> <li>● 培育公益卓越人才</li> <li>● 育成網絡資訊平台建置</li> </ul>
			產業跨業合作行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 工藝時尚【yii】產品媒合開發</li> <li>● 跨產業商品工藝化合作開發計畫</li> <li>● 綠色生活用品研發計劃建置</li> </ul>
			大品牌形塑行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 工藝品牌形塑計畫</li> <li>● 工藝美學拓展台灣文化魅力計畫</li> <li>● 輔導多元行銷通路計畫</li> <li>● 環島型工藝文化產業聯盟計劃</li> <li>● 輔導參加國際商展計劃建置</li> </ul>
		電視內容產業發展	人才開發	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 與影劇相關團體或大專院校合作開辦電視編劇研習營</li> </ul>

主軸	子計畫	發展策略	具體作法	
	旗艦計畫		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 協助學校及影劇產業建立交流平台</li> <li>● 協助國內產業建立與國際優良製作團隊合作機制</li> <li>● 獎勵優質電視內容製作</li> </ul>	
		風潮崛起	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 推動成立市場趨勢研究智庫</li> <li>● 強化現行節目產製輔導作法</li> <li>● 研析國際市場，拍攝符合趨勢之電視劇</li> </ul>	
		台潮擴散	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 規劃製作大型華人流行性娛樂活動及節目</li> <li>● 參與國際影劇展演活動</li> <li>● 建立外銷獎勵機制</li> <li>● 強化產業界團結合作之目標</li> </ul>	
	流行音樂產業發展旗鑑計畫	網羅明珠		● 人才開發、培訓
		深耕夢土		● 獎勵、活絡國內音樂
		傳播天音		● 推廣研發、創新行銷
		飛騰萬里		● 海外行銷、國際參與
	電影產業發展旗鑑計畫	影航爭鋒		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 成立華語市場研究院</li> <li>● 創意開發中心</li> <li>● 輔導拍攝中、大型國片</li> <li>● 制定中小影片輔導機制</li> </ul>
		四海翱翔		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 加強輔導海內外行銷機制</li> <li>● 金馬獎國際級之指標</li> <li>● 配合法令開拓國片大陸市場</li> </ul>
		神鬼奇兵		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 電影製作傳承計畫</li> <li>● 引導各國影片在台前後製作</li> <li>● 從業人員國際化</li> <li>● 提升我國電影製作與數位化水準</li> </ul>
	數位內容產業發展旗鑑計畫	軟硬整合，帶動產業規模成長		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 促進產業大型投資及創新加值</li> <li>● 擴大產業規模及建構價值鏈</li> </ul>
		國際拓銷，促進兩岸產業交流		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 拓銷國際市場，提升外銷金額</li> <li>● 推動兩岸合作及建立共通標準</li> </ul>
多元創作，鼓勵文創產業投資			<ul style="list-style-type: none"> <li>● 獎勵多元內容創新研發</li> <li>● 促進異業投資與整合結盟</li> </ul>	
學研整合，擴大產業人培能量			<ul style="list-style-type: none"> <li>● 推動產研整合弭平產研落差</li> <li>● 擴大培訓能量滿足人才需求</li> </ul>	
設計產業旗艦計畫	強化設計服務能量，提高設計服務業之產值			
	運用設計資源輔導廠商，提升產品與服務之附加價值			
	打造設計產業園區，促進產業群聚效應			
	帶動全國設計運動，活化全民美學素養			
	塑造我國國家設計形象，以創意設計力行銷台灣			

資料來源：行政院文化部、經濟部，本研究綜合整理

## (二) 我國文化創意產業之概況

目前知識經濟時代的全球競爭很大程度取決於「內容」的競爭，包含創意、知識、價值和標準的建制、人民素質以及文化獨特性等，已然成為國家競爭力的核心元素。為因應如此態勢並提升我國軟實力及產業競爭力，行政院在 2002 年 5 月將「文化創意產業發展計畫」納入「挑戰 2008：國家發展重點計畫」推動，大力推廣我國文創產業之發展。

根據文建會(文化部前身)在 2009 年 10 月提出之「創意台灣--文化創意產業發展方案行動計畫」，台灣的文創產業發展，除了政府部門帶動外，近年來台灣民間自發性的創意能量亦不斷累積及放射，無論在電影、設計、工藝或流行音樂上，在國內外都有相當傲人的成績，例如魏德聖導演執導之國片海角七號在締造國內票房紀錄的同時，也風靡各國國際影展；設計產業在 2002 至 2007 年間，在國際設計 4 大獎項總獲獎數為 484 項；而文建會(文化部前身)所屬國立台灣工藝研究所 2008 年率隊參加巴黎家飾展，與台灣創意設計中心合作開發之編織竹椅，在全場一萬多件參展作品中，獲法國媒體選為 23 件最令人心動的作品之一；同年在德國的 iF 獎與 Red Dot 獎項中，台灣獲獎數高達近 150 件產品，其中更有六件作品獲得 iF 金獎及 Red Dot 「Best of the Best」產品設計類大獎，培養出蔡慧貞等知名設計師，在在說明出台灣設計的軟實力逐步受到國際肯定。也顯示了越來越多台灣產業不斷的自我提升、追求發展的新契機。

若以量化數據來觀察台灣文化創意產業整體發展情形，根據 2011 年文化創意產業發展年報之統計資料，2010 年台灣文化創意產業營業額較 2009 年成長 16.10%，達新台幣 6,616 億元，為歷年最高。

同年名目 GDP 達新台幣 13.6 兆元，較 2009 年成長 9.07%。詳細資料如表 3-1-4 所示，從中吾人亦可得知受到 2007 年次貸風暴以及 2008 年金融海嘯影響，我國名目 GDP 及文創產業營業總額都呈現下滑趨勢，在 2010 年則隨著景氣復甦而有所成長。其中值得注意的是文創產業商品或服務多為非民生必需品，因此受到景氣波動影響的幅度較高，這是產業特性也是業者經營上的隱憂。基本而言，近年來文創產業總產值佔我國名目 GDP 比例都在 4.5~5% 之間。

表 3-1-4 2006~2010 年台灣文創產業營業額與名目 GDP

單位：新台幣百萬元

	2006	2007	2008	2009	2010
文創產業營業額	599,758	617,415	609,137	569,834	661,597
文創產業年成長率	-	2.94%	-1.34%	-6.45%	16.10%
名目 GDP	12,243,471	12,910,511	12,620,150	12,481,093	13,614,221
名目 GDP 年成長率	-	5.45%	-2.25%	-1.10%	9.07%
文創營業額佔 GDP 比率	4.90%	4.78%	4.83%	4.57%	4.86%

資料來源：2011 年台灣文化創意產業發展年報，本研究綜合整理

若進一步從四大領域觀察比較，在 2010 年的營業額中，以媒體類為最大宗，佔所有文創產業的 54.68%，其次為設計類的 21.88%，以及藝文類的 16.66%，如表 3-1-5 所示。如此排序從 2006 年至 2010 年皆維持不變，由此亦可知曉子領域產業之營業額多寡與該領域商業性濃厚與否仍有所關連。且藝文類產業在金融海嘯前後之波動幅度也最大，這也符合藝文類產品或服務較不具一般商業產品特性，所得需求彈性最大的特色。

表 3-1-5 2006~2010 年文創產業及子領域營業額、百分比與成長率

單位：新台幣百萬元

領域		2006	2007	2008	2009	2010	CAGR
藝文類	營業額	79,612	83,425	89,912	75,819	110,244	8.48%
	百分比	13.27%	13.51%	14.76%	13.31%	16.66%	
	成長率	-	4.79%	7.78%	-15.67%	45.40%	
媒體類	營業額	341,739	344,035	337,191	316,562	361,757	1.43%
	百分比	56.98%	55.72%	55.35%	55.55%	54.68%	
	成長率	-	0.67%	-1.99%	-6.12%	14.28%	
設計類	營業額	130,232	145,737	139,316	130,506	144,780	2.68%
	百分比	21.71%	23.60%	22.87%	22.90%	21.88%	
	成長率	-	11.91%	-4.41%	-6.32%	10.94%	
文創產業	營業額	599,758	617,415	609,137	569,834	661,597	2.48%
	成長率	-	2.94%	-1.34%	-6.45%	16.10%	

資料來源：2011 年台灣文化創意產業發展年報，本研究綜合整理

就文創業者家數而言，從表 3-1-6 可以得知，2010 年台灣文創產業企業家數共有 52,673 家，相較於 2006 年的 55,717 家，減少了約 3,000 家，且近五年來均以媒體類子產業為最大宗，企業家數最多。不過平均每家廠商營業額增加近新台幣 200 萬元。台灣文創各產業的廠商家數，以廣告產業最多，共有 12,743 家，其他依序為工藝產業、建築設計產業等。然而，文創產業廠商家數的減少代表了市場的競爭越來越烈，雖然政策的堆動可以帶動初期產業的成長，但可預期的是接下來市場本身將會扮演主要的機制，影響產業與廠商的生存與淘汰。

表 3-1-6 2006~2010 年台灣文創產業之廠商家數

領域	2006	2007	2008	2009	2010
藝文類	14,628	14,377	14,121	14,027	14,430
媒體類	21,270	21,298	21,340	21,384	21,733
設計類	9,641	9,516	9,478	9,503	9,799
整體	55,717	54,492	53,164	52,263	52,673

資料來源：2011 年台灣文化創意產業發展年報，本研究綜合整理

綜合而言，台灣的原創素材豐富多元，資通訊產業實力雄厚，且網際網路與寬頻網路普及率為全球前 10 名，具備了利用現代化科技發展文化創意產業的軟、硬體環境，若能結合現有環境並善加發揮其優勢，必能對於整體經濟之發展帶來貢獻。此外，若能將文創產業輸出，也將能為國家帶來可觀之外匯收入。

## 第二節 文化創意產業之國外融資機制與政策措施

關於文創產業在國外之發展以及融資政策做法，本節將介紹經濟發展較成熟的歐洲國家以及新興經濟體當中的中國大陸，除簡要說明其文創產業之現況以及重要性，並說明該地區政府對於文創產業所推動之融資機制。

### 一、歐洲國家

#### (一) 現況

文化創意產業對於歐洲國家目前的經濟發展，仍然扮演著相當重要的角色，這點可由文化創意產業和其他產業對 GDP 的貢獻度相

比可窺得一二，從表 3-2-1 中可以看出，相較於不少重要的製造業以及服務業之子項類別，文化創意產業(Cultural & Creative Sector)的產值對 GDP 的貢獻度仍處於領先的地位。

表 3-2-1 歐洲地區文創產業和其他產業對 GDP 之貢獻比較

(% of GDP)

國家	食物、飲品、菸草	紡織品	化學以及合成纖維	橡膠以及塑膠	機械設備	房地產	電腦	文化及創意產業
奧地利	1.7	0.5	1.1	0.7	2.2	2.2	1.1	1.8
比利時	2.1	0.8	3.5	0.7	0.9	1.0	1.2	2.6
丹麥	2.6	0.3	1.7	0.7	1.9	5.1	1.5	3.1
芬蘭	1.5	0.3	1.1	0.7	2.1	1.8	1.5	3.1
法國	1.9	0.4	1.6	0.7	1.0	1.8	1.3	3.4
德國	1.6	0.3	1.9	0.9	2.8	2.6	1.4	2.5
希臘	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
匈牙利	2.9	0.0	1.9	0.9	1.2	1.8	0.8	1.2
愛爾蘭	5.3	0.2	11.5	0.3	0.5	1.2	1.7	1.7
義大利	1.5	1.3	1.2	0.7	2.1	1.0	1.2	2.3
荷蘭	2.2	0.2	1.7	0.4	1.0	2.3	1.4	2.7
挪威	1.7	0.1	0.8	0.2	0.8	2.7	1.3	3.2
西班牙	2.2	0.7	1.3	0.7	1.0	3.0	1.0	2.3
瑞典	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	2.2	2.4
英國	1.9	0.4	1.4	0.7	1.0	2.1	2.7	3.0

資料來源：European Commission, Directorate-General Education and Culture(2006)

此外，從表 3-2-2 中也可看出，歐洲地區的文化創意產業不論是表現在生產力(提供的價值比上勞動成本)以及獲利性兩項指標上，文創產業都有令人不可忽視的表現，也因此歐洲地區許多國家都非常重視文化創意產業的發展。

表 3-2-2 歐洲地區文創產業之生產力和獲利性比較

國家	生產力 (Value Added / employment costs)	獲利性 (Operating Margin)
奧地利	1.24	6.6%
比利時	1.93	10.4%
丹麥	1.26	7.1%
芬蘭	1.41	11.3%
法國	1.59	10.8%
德國	1.55	8.7%
希臘	N/A	10.0%
匈牙利	1.99	7.4%
愛爾蘭	N/A	3.8%
義大利	1.57	8.8%
荷蘭	1.34	9.4%
挪威	1.28	7.3%
西班牙	1.43	8.0%
瑞典	1.49	9.9%
英國	1.38	8.7%

資料來源：European Commission, Directorate-General Education and Culture, 2006

## (二) 歐盟地區的融資機制與政策措施

以中小企業為主的文創企業在籌資來源部分，真正的挑戰主要來自於如何利用所謂的外部融資工具取得資金(External Finance)。以荷蘭為例，當地的研究調查指出每七家文創企業就有一家外部融資的需求，但是這些有需求的企業當中只有不到一半的文創企業能夠透過外部融資管道取得資金；相較而言，其他產業當中的中小企業能順利透過外部融資管道者，平均而言約達三分之二<sup>8</sup>，這也可以顯示出文創企業透過外部融資來解決財務問題的困難與挑戰。

整體而言，依據歐盟委員會(European Commission)的報告指出，包含法國、德國、愛爾蘭、英國以及荷蘭等歐洲國家在推動文化創

<sup>8</sup> 參考 Sonei & de Jong (2009)。

意產業時，所仰賴之財務政策工具可由圖 3-2-1 來表示。

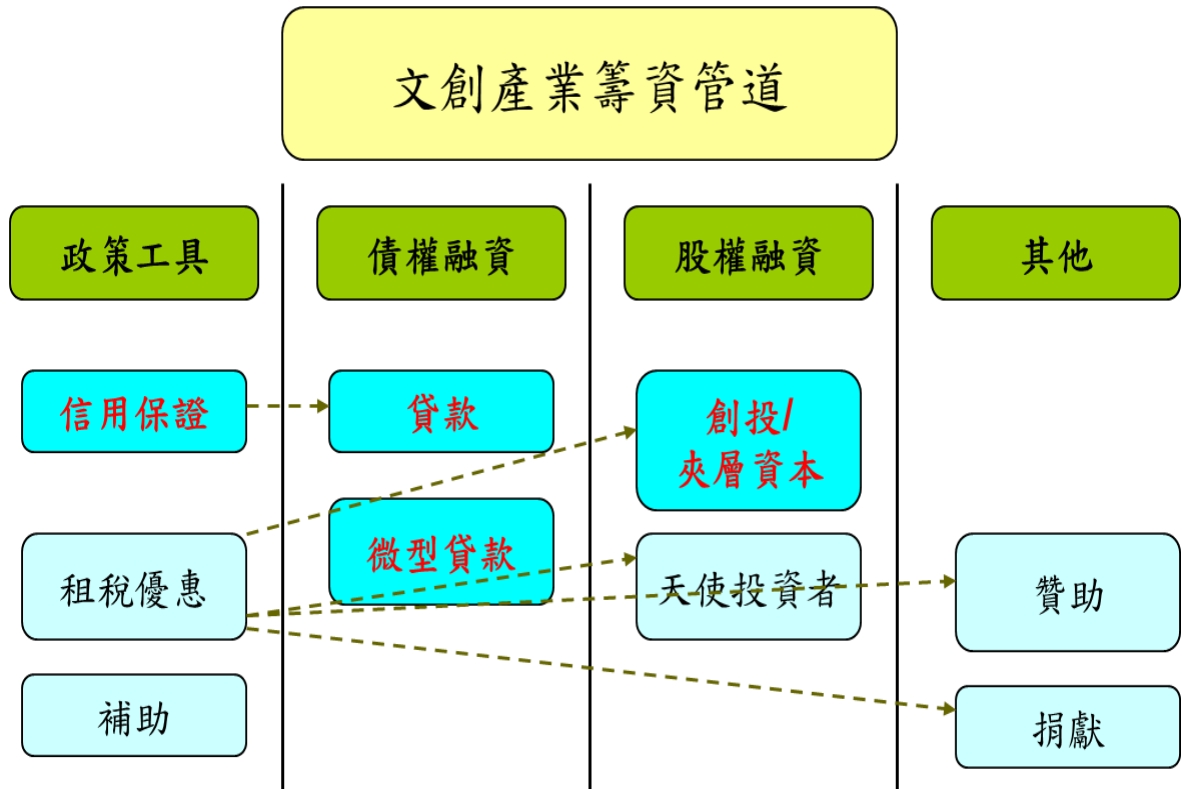


圖 3-2-1 歐洲國家文創產業融資措施架構

## 1. 債務融資(Debt Finance)以及信用保證(Guarantees)

### (1) 債務融資

所謂的債務融資主要是透過金融機構的抵押貸款或是信用貸款來融資，在許多的歐洲國家，隨著越來越多的專案貸款項目開始針對文創中小企業之特性而設計其內容，因此這類型貸款所扮演的角色也越來越重要。同時債務融資不同於股權融資(Equity Finance)，透過貸款取得資金的文化創意企業仍可對其企業掌握著營運之控制權，因此債務融資對於擁有專業技術之文創業業者有其優勢與方便之處。

儘管債務融資在文創產業當中扮演著重要的角色，但是依次及產業類別之不同，對於債務融資的依賴性也有比重上的高低差

異。一般而言，在歐洲國家透過債務融資的最主要文創業別，主要皆為電影以及媒體產業，但是設計業別以及音樂產業也一定程度倚賴著債務融資管道(67%的設計業以及12%的音樂企業有採用債務融資)<sup>9</sup>。

就文創產業領域中的貸款項目而言，目前主要有兩種類別，一種是提供給廣泛的中小企業(具有潛力的文創產業當然也包括在內)，另一種則是針對文創產業之特性，專門量身訂做的貸款類型，針對歐洲國家對於這兩個類別貸款機制運用現況，簡述如下。

#### I. 一般性(跨產業別)的中小企業貸款

以英國而言，在全國的層次上，較無專門針對文創企業所特別設計之貸款項目，但是有許多跨產業別的中小企業項目貸款，而來源主要是政府所挹注的地區性基金，比如North West Development Agency's Loan Fund以(最高額度可達32萬歐元)及South Yorkshire Investment Fund(最高額度可達75,000歐元)等。另外在德國部分，柏林投資銀行(Berlin Investment Bank)有針對一般性的中小企業，特別設計小額度，但是申請過程簡易且快速的小額貸款(額度約為10,000歐元)，而文創企業占這類貸款項目餘額的比例，約為18%。

#### II. 針對文創企業量身訂作之貸款項目

這類專門為文創企業特製的貸款相當很多，範圍從較具規模的中小企業，到偏小微型的企業或是個人型的藝術工作者等，皆包含在內。以德國為例，德國的一家私人地合作銀行GLS Gemeinschaftsbank便針對文創企業，推出結合銀行貸款以及補助或捐獻的融資性服務。而在荷蘭，從

---

<sup>9</sup> 參考 Clayton and Mason (2006)。

2007年起便開始推出針對職業藝術工作者所設計的小額貸款文化創意之專案貸款。

## (2) 信用保證

信用保證乃是鼓勵金融機構提供文創產業債務融資(貸款)的重要工具。但是傳統的信用保證工具，基本上並未特別去區隔文創企業和其他中小企業類別之不同；一般而言，信用保證主要之對象就是中小企業，但若是個別產業(如文創)已發展至相當之規模，或是企業之比例已逐漸提高，則傳統一般性的信用保證運作模式可能有所不足。同樣的，信用保證工具也是可分為一般性以及針對文創業量身訂做這兩種類別，簡述如下。

### I. 一般性(跨產業別)的信用保證

在德國，對於中小企業(含文創業)的信用保證最主要的資金來源是由國有銀行所提供之保證，保證的成數可達80%。在荷蘭，信用保證主要是透過該國經濟部所成立之保證機構來運作，範圍當然是包括各類型的產業別。在英國，則是由該國政府成立的Small Firms Loan Guarantee (SFLG)來執行信用保證之任務，據統計，SFLG的保證貸款中約有9%的比例是屬於文創產業<sup>10</sup>。

### II. 針對文創企業量身訂作之信用保證

在歐洲，少數國家有針對文創產業類別，成立專門性的信用保證機構，其保證對象皆為文創業者。在法國，最具代表的機構為一家混合公、民營的保證機構(IFCIC)，其所保證的客戶(文創企業)不侷限於法國，還包含符合規定之歐盟國家企業。另外，西班牙的文化部也有成立專門針對文創產業進行保證之機構。

## 2. 股權融資(Equity Finance)

---

<sup>10</sup> 參見 DCMS, "Creative Britain: New Talents for the New Economy," London, 2008。

文創產業在使用股權融資的比例上，仍屬有限。基本上，較大型的企業或是有潛力的初創型企業會比較會需要引入股權投資，因此以文創產業來說，內容性產業(Content Sector)，包含以數位資訊內容等，往往較能得到股權融資渠道的助益。對於歐洲國家的股權融資部分，我們可由創投和夾層融資，以及天使投資者兩類進行說明。

### **(1) 創投和夾層融資(Venture and Mezzanine Capital)**

所謂創投(Venture Capital)乃是將來自於第三方的資金，比如保險公司或是國家機構等，去購買(投資)企業的股權，其所設定追求的報酬目標較高(30%以上)；而夾層資本(Mezzanine Capital)則是提供一種混合類型融資工具，內容兼具股權融資以及債權融資工具等。相較於美國而言，歐洲地區的創投以及夾層融資等基金較少，而且住要都用於某些特定的文創產業上，如以資訊以及通訊科技內容為主的文創產業，因此在歐洲國家進一步發展或運用這類籌資工具的主要挑戰在於如何讓創投資金以及夾層融資的做法更加的普遍化。

英國乃是歐洲國家中較早由政府針對不同產業性質去發展風險融資者，而主要的投資對象為視聽影視以及媒體業，其中較具規模者乃是由英國政府於1995年注資成立的 Venture Capital Trusts(該基金的設立主要在吸引民間投資)以及2005年所成立的 Enterprise Capital Funds；近年來英國則是出現越來越多規模較小，且屬於地區性的風險投資基金，而在文創產業中的投範圍也越來越廣。

在法國，政府也透過含有租稅減免的的新法律施行(Tepa Law)，去吸引民間資金投入創投業；儘管這類租稅減免法令乃是適用於所有新興產業，並非針對文創產業而設，但仍有相當之比例的資金是運用在文創事業上，特別是文創業中的視聽產業。

## (2) 天使投資者(Business Angels)

所謂天使投資者乃是權益資本投資的一種形式，指具有一定淨財富的個人，對具有巨大發展潛力的初創企業進行早期的直接投資，屬於一種自發而又分散的民間投資方式。一般而言，在文創產業中，較少會文創企業會利用天使投資者的融資模式籌資。以歐洲地區的國家而言，據調查研究指出，對於很多的天使投資者而言甚至無法界定所謂的「文創產業」到底為何<sup>11</sup>，也因此鮮少天使投資者對於文創產業有興趣。

天使投資者所能投入的資金規模相較於創投而言，所占比例要小的很多，但由於天使投資者幾乎都是投資其曾經參與過或是原本就很熟悉的產業，所以他們投資的項目都非常的具體，也因此它對於補足企業融資缺口仍有相當之重要性。

天使投資者在歐洲國家的數量較少，但仍有少數較為活躍的投資者可簡要說明。在英國，文創業界的天使投資者於2008年有組成一個網絡組織：Creative Arts Investment Network，這個網絡組織對於如何將英國的企業主的資金引入文創事業(包含電影、電視、戲劇、音樂以及展演活動等)扮演著重要的角色。在法國，2008年一個名為Atlantique Business Angels Booster的組織也建構了一個為數超過40位私人投資者的網絡，其目的乃是希望將天使資金導入新興且有成長性的地區型產業。

## 3. 租稅獎勵和補助(Tax Incentives and Public Subsidies)

公共政策的支持對於文創產業的持續性發展有其無可取代的重要性，根據歐洲文化基金會(European Cultural Foundation)的統計，在2000's的前期，歐洲國家透過政府的直接補助文化創意產業的公共支出約為550億歐元<sup>12</sup>，除此之外，政府還可以透過間接性的

---

<sup>11</sup> 參見 Tooth and Greater London Enterprise (2010)。

<sup>12</sup> 參考 KEAstudy on the Economy of Culture in Europe, European Commission, Brussels, 2006。

補助措施，比如以採購或是制定相關的保護性政策來扶植文創產業的發展。

政府的獎勵政策中最主要還是以租稅手段為主，歐洲許多國家為了吸引民間創業者投資文創產業，皆有制定相關稅負減免的措施，作為促產的政策工具之一。據統計指出，歐洲地區國家透過租稅減免所引入的投資視聽產業的金額約占整體視聽業投資額的一成。

此外，除了在投資行為上政府可透過租稅手段予以減免，許多國家如英國、法國、德國以及愛爾蘭等也對於贊助以及捐獻資金至文創產業之行為予以租稅減免，贊助以及捐獻和一般的投資行為的差別在於，他們並無法享有資金投入後的報酬，儘管對於企業的形象會有所幫助。

## 二、 韓國

韓國推動文化約十餘年，可謂亞洲國家的典範，近幾年台灣亦開始發展文化創意產業，除了參考起步較早的西歐國家經驗外，鄰近的韓國也是我們學習的對象。

### (一) 現況

文創產業在韓國被稱為為「文化內容 (contents) 產業」，文化內容產業一詞在韓國「文化藝術振興基本法」第 2 條第 1 項中有詳細規定：「與文化商品的計畫、開發、製作、生產、流通、消費等相關之產業」，並定義了文化商品的範圍：「將文化要素具體化，造經濟附加價值的有形、無形之財物 (包含文化相關的內容、數位化內容)，以及相關服務等」。

韓國文創創意產業的銷售額在 2009 年已超過 60 兆韓元，而在

2004 年至 2009 年每年的增加幅度也都達到 4% 左右，由韓國文創振興院所公布的數據顯示，出版業的銷售額最大，尤其是這一兩年電子書市場的活絡，在 2010 年，韓國電子書的市場規模已達到 845 億韓元。次於出版的是電視、廣告，接著才是遊戲與個性化商品。

另外若就各文創產業的附加價值比重而論，則是以遊戲類的比重最高，過去幾年皆占所有文創業別中一半的水準，顯示其收益性最佳，而電影和電視廣播在過去幾年的附加價值比率相對較低，取而代之的是動畫、教育娛樂和個性化商品等項目。

而在文創產業的輸出方面，若以 2008 年計算，遊戲產業的出口額占總出口額的 58%，同時這樣比例在 2009、2010 年亦略為成長，可見遊戲產業(尤其是線上遊戲)已經為韓國賺來了相當大的利潤。而出口文創產業中表現較弱者為漫畫、音樂與電影，其中尤其是電影，自 2005 年之後便開始下滑，並呈現衰退。整體而言，若僅就進出口的總額而論，遊戲、出版，與個性化商品佔有韓國文創產業相當大的比重，而出口大於進口的產業，除了電視傳播外，還有教育娛樂、動畫、遊戲、音樂與個性化商品。

## (二) 韓國的文創政策措施與問題

1999 年韓國制定「文化藝術振興基本法」，讓文創業的推動更有法源依據，而文創業的最高領導單位「韓國文化創意產業振興院」亦在此法的催生下於 2001 年成立，並隸屬於「文化體育觀光部」。此時，與文化事業有關的機構尚有「放送影像產業振興院」、「韓國遊戲產業開發院」、「文化產業中心」、「韓國軟體振興院」、「數位內容事業團」等。有鑑於事業力量過於分散，為了讓政策的推動更有效率，韓國政府在 2009 年將這些機構整合為一，並以「韓國內容產

業振興院」為名，繼續推動文事業。

### 1. 相關支援法令與融資政策

由「韓國內容產業振興院」統籌一切文創事業，舉凡政策與制度的研究和企劃、市場調查與各項統計、專門人力的養成與教育、相關技術開發計畫與管理、支援創業、經營與海外進出、國內外文創資料的蒐集與保存運用、保護文創商品使用者的權益等。

其具體的融資相關政策包含：

- (1)開發文創價值評鑑模型、引進保證制度與出口保險制度以擴大金融支援；
- (2)支援中小企業的無擔保小額借貸，預計2008至2012年共將支援4,000億韓元；
- (3)擴大文化產業振興園區之開發，並對於入駐園區之業者給於稅負上之優惠。

### 2. 相關融資政策遇到之問題

韓國的文創振興法中雖有明文規定對於中小企業和個人工作室的補助和獎勵措施，但在實際執行上，資源分配仍傾向大型財團，實際對中小文創業補助額度在整體文創業補助預算中的比例，也逐步下降。

目前韓國的文創業者有84%集中在首都首爾市，而銷售額的90%以上也在首爾，同時從事文創的相關工作者，亦有80%以上集中在首爾，這對於發展地方特色的文化事業並不是一個正面的發展。此外，如何加強著作權執法，以降低仿冒、盜版等行為對於文創事業發的負面影響，也是韓國政府所關注。

## 三、 中國大陸

## (一) 現況

2008 年國際金融危機爆發以來，中國大陸外貿出口和製造業受到很大衝擊，成長速度大幅下滑，當年第四季度工業增長降到 5.8%，全年出口下降了 8.5%，然而在如此嚴峻的形勢下，中國大陸的文化創意產業反而逆勢上揚。如電影票房收入增長達 30% 以上，動漫、遊戲產業增長達 46%。2009 年在大陸官方一系列刺激經濟發展的政策指導下，整體經濟開始迅速回升，成長率達 9.2%，而文化創意產業的成長則達到 17%，因此文創業對於中國大陸「保增長」的宏觀政策可說做出了重要貢獻。

在此段時間，大陸不僅在政府工作報告中首次提出要積極發展文化創意產業，同時還推出了《文化產業振興規劃》和《關於金融支持文化產業振興和發展繁榮的指導意見》等重要文件。在後續的“十二五”規劃中也提出大力發展文化創意產業的政策，因此中國大陸對於發展文創產業基本上已將其上升為國家的發展戰略。表 3-2-3 為中國大陸主要文創產業目前之發展現況說明。

表 3-2-3 中國大陸主要的文創產業發展現況

電影業	2010 年，中國大陸電影產業總規模達到 164 億元人民幣，預計到 2012 年市場規模有機會達到 300 億元人民幣。而電影產業的核心收入為電影院票房收入；2010 年大陸國產影片產量 526 部，同比增長 15%；城市影院票房 101.72 億元，同比增長 63.9%；2011 年，大陸國產影片超過 500 部，城市影院票房已超過 120 億元。
新聞出版業	大陸出版量乃全世界之首位。2010 年，全大陸共有出版社 581 家，音樂影像製品出版單位 374 家，電子出版物出版單位 251 家。
廣播電視業	2011 年，大陸有線數位電視用戶數將達到 1.1 億，成長率在 21% 左右。日均生產電視劇 40 集，已是世界最大的電視劇生產國。

動漫與遊戲業	2010年，大陸動漫以及網路遊戲的產業總產值為470.84億元人民幣，同比增長27.8%。
廣告業	大陸廣告總體規模位居世界第四，僅次於美國、日本、德國的市場。2010年全大陸廣告經營額為2,341億元人民幣，2011年突破已3,000億元人民幣。
工業設計業	目前中國大陸的工業設計已經初步形成產業規模。2010年，大陸外觀設計專利、實用新型、發明三項專利授權量分別為335,243件、344,472件和135,110件，並且在不斷成長。

資料來源：王曉紅(2012)

2011年初，中國人民銀行對外發佈《2010年金融機構貸款投向統計報告》，而文化產業也首次出現在該報告中。根據該報告顯示，2010年全國金融機構在中長期貸款成長速度整體下滑的背景下，文創產業反成為金融機構中長期貸款中新的成長來源。2010年全年，文化產業(包含文化、體育和娛樂業)本外幣中長期貸款累計新增276億元人民幣，年末餘額同比增長61.6%，比上年末提高39.1個百分點，餘額增加速度乃歷史之新高，這顯示出了大陸對於文化創意產業發展的重視程度。

## (二) 中國大陸的融資機制與政策措施

中國大陸當前文化創意產業的融資渠道可由下列四方面的渠道加以了解：

### 3. 銀行信貸融資

透過銀行進行融資是最傳統也是中國大陸文創產業目前最普遍的融資方式。但是銀行放出任何一筆貸款，在賺取利息之前首先考慮到的是本金回收風險，因而文創企業若要透過銀行融資，一般來說應具備下列兩項條件。首先是文化企業應擁有可供抵押的資產，這種資產可以是有形資產也可以是無形資產，如一些文創企業

可以以其機器設備或廠房等固定資產作為抵押來進行融資；而一些文創企業可以以其所擁有的無形資產進行抵押融資，但這種融資方式要求其無形資產具有較高的市場交易性，從而能獲得較為穩定的現金收入流，進而降低企業的還貸風險。如華誼公司在拍攝電影《夜宴》時，就是以該片的海外銷售權做抵押，從深圳發展銀行獲得5,000萬人民幣的貸款。

再者是銀行出於還貸風險的考慮，一般會對處於成熟期、經營模式穩定、經營績效較好的文化企業，優先給予信貸支持。如華誼公司在2006年籌拍《集結號》時，就從招商銀行成功獲得5,000萬人民幣的無擔保貸款。這在一定程度上反映了招商銀行對於華誼公司在市場地位、經營模式以及經營績效的肯定。

#### **4. 由民間資本所組成的風險投資或創業投資**

在中國大陸，所為的風險投資或是創業投資已經成為大陸文化創意企業融資的主渠道，民間資本作為風險投資重要來源，也在這一過程中發揮重要的作用。事實上，這一點已經在生物製藥、電子產品開發等高科技產業的發展過程中得到了很好的發展經驗。風險投資過程在中國大陸包括融資、投資、風險管理和退出四個階段，它是對企業盈利和管理能力的投資，並透過證券市場和產權市場出售股權，最終實現投資利潤，是一種短期或中期投資。

然而，資本的本性是追求利潤，風險投資更是要求在高風險下獲得與之相匹配的高收益。因此，文化創意產業要獲得風險投資青睞，就必須要保證風險投資的高收益。而高收益的實現一般須具備兩個前提：一方面，文化企業需要能保持較高的成長性以及報酬率；另一方面，文化企業需要具備一定的經濟規模，這種經濟規模

具有放大風險資本的槓桿作用，因而也能有效地通過風險投資來獲取資金。目前中國大陸也已經出現一些針對文創產業而設置的創業投資基金，如擎輝投資基金(PE)，並且已經開始在創意產業進行投資。

## 5. 企業海外上市

一般來說，中國大陸企業如果在境外上市，很大一部分原因是外資的注入。由於是外資基金，沒有設立人民幣基金，因此企業就需要在國際市場上套現。大陸的創業板與國際市場相比，境外市場的政策相對寬鬆，企業不一定只有在盈利的情況才允許上市。企業上市後，可能會具備一定的未來引力，以較快的速度盈利。而在大陸的主板或創業板上市，企業需要經歷相對漫長的審批過程，對於需要高速成長的企業而言，就會選擇到海外上市。

目前大陸商務部逐漸對企業到海外上市的管控力度越來越大，主要是希望優質的企業留在大陸國內上市，讓國內(中國大陸)的投資者能享受到本土(中國大陸)企業的高速成長。

## 6. 創業板上市

儘管大陸創業板上市的門檻並不低，甚至接近於中小板，但是創業板對於文化創意企業來說仍然是一個很好的機會。因為文創類企業的自身特點，它在A股上市的可能性較小，銀行貸款需要抵押，文化類企業固定資產少，從銀行貸款也不順暢。創業板主要吸納的是具有新興經濟成長潛力以及重點推動型的企業，文化創意產業符合這一標準。

### 第三節 文化創意產業之國內政策與融資措施

如前所述，文化創意產業為行政院目前所推動之六大新興產業其中一項，早在「挑戰 2008：國家重點發展計畫」中積極推動，並將「文化軟體」視為國家建設的重大工程。為進一步整合文化創意產業各項資源及發展，行政院特別於 2009 年 3 月成立「文化創意產業推動小組」，由當時之劉兆玄院長親自擔任召集人，曾志朗政務委員及文建會(文化部前身)主委擔任副召集人，並聘請業界代表與各相關部會首長擔任委員，針對「文化創意產業」之推動進行跨領域、跨部會之整合與協調。行政院並責成小組幕僚單位—文建會(文化部前身)，彙整各部會所提文創旗艦計畫，研擬「創意台灣—文化創意產業發展方案」，以「環境整備」及「旗艦計畫」作為二大主軸。由經濟部、新聞局及文建會(文化部前身)推動相關專案計畫。

其中，環境整備策略以「產業研發及輔導」、「多元資金挹注」、「人才培育及媒合機制」、「市場流通及拓展」及「產業集聚效應」等五大計畫分頭進行，希望藉由「環境整備」各項專案的執行，建置產業共通性之良好發展環境，讓其得以成長茁壯，並由主管部會各自擬定專案推動。同時積極推動文創法之立法，該法已於 2010 年 1 月 7 日由立法院三讀通過，並在同年 8 月 30 日發佈施行。至於「旗艦產業」部分，則是從現有各產業範疇中，擇取發展較為成熟、具產值潛力、產業關聯效益大的業別，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業等六項產業，針對其發展特性及需求提出規劃，予以重點推動，期能在既有基礎上再作強化及提昇，並藉以發揮領頭羊效益，帶動其他未臻成熟的產業。

此外，為落實「創意台灣-文化創意產業發展方案」各項策略，文化部由原先僅負責主管之藝文產業，轉換為文化創意產業總體政策整合及

協調單位，全面展開我國各項扶植文化創意產業相關之政策。文化創意產業發展及相關融資措施之重要性可見一斑，本節將分別討論國內對於文化創意產業之相關鼓勵政策與融資措施。

## 一、 國內文化創意產業投融資管道及相關保證機制

### (一) 國內發展文化創意產業所面臨的融資問題

台灣產業結構目前已由服務業占較大的比重，但銀行融資對象仍以製造業為主，且銀行對於文創產業業者所提出的融資申請，審核過程嚴格且難以順利通過審核取得貸款，綜整台灣文創產業業者投融資方面所面臨之問題，可歸納主要原因為：

#### 1. 文創產業所擁有之資產屬性迥異

文化創意產業多屬表演、藝術、設計等行業較特殊之服務業，該產業營運狀況、商業模式、金流運作方式等，金融機構並不了解，且實質擔保品相對不足，風險難以掌握。

#### 2. 財務面掌握度不足

企業經營者應更深入了解財務會計面，尤其應將實際營收反應於帳面，不應為了節稅考量而短報收入，如此將無法真實顯示營收而影響銀行授信評估。

#### 3. 營運模式不明確

部分文創業者剛投身創業之路，尚在摸索產品服務可行之營運模式，亦尚未經過市場驗證之貸款申請程序，對銀行或信保基金而言，風險無法有效掌握。

#### 4. 平日疏於與銀行建立關係

若平時企業營運未能與銀行建立良好往來關係，如存放款往來或薪資存款戶之往來等，一旦需要尋求銀行融資，常會因銀行不了

解企業致遭遇融資困難。

## 5.缺乏行銷能力

許多文化創業產業都屬於小型企業，甚至是個人工作室，創業經營者本身是專業技術出身，然並非企業經營之專才，因此對於經營及行銷等能力缺乏，不易與資金提供者充分溝通，往往較難取得金融機構的融資額度。

### (二) 國內文化創意產業投資機制

#### 1.加強投資文化創意產業實施方案

為配合「文化創意產業發展法」第9條有關「國家發展基金應提撥一定比例投資文化創意產業」之規定，國家發展基金於2010年5月17日第20次管理會通過「行政院國家發展基金加強投資文化創意產業實施方案」，提撥100億元額度委託行政院文化建設委員會執行，投資範圍以符合文化創意產業發展法第3條所稱之國內文化創意產業為主。執行期限10年，前7年進行投資，後3年進行剩餘投資案處分。申請投資金額新台幣1億元以下者，由文化部受理審議，通過後由信託專戶撥款投資；申請投資金額逾新台幣1億元者，則由文化部轉介至國發基金辦理，期間文化部及中央目的事業主管機關得參與申請案審議作業。

隨後文建會(文化部前身)於2010年12月發布「文化創意產業運用國家發展基金提撥投資管理辦法」、「行政院文化建設委員會辦理加強投資文化創意產業實施方案作業要點」及「行政院文化建設委員會文化創意產業投資評估審議會設置作業要點」，以完備文創投資機制。

2011年文建會(文化部前身)透過「加強投資文化創意產業委託

投資管理計畫」遴選出12家專業管理公司(請參考表3-3-1)，辦理尋找案源、投資評估、投資審議及投後管理等事項。上述方案投資文化創意產業之原則為：

- (1) 各投資案合計公股股權比率以不超過該被投資事業實收資本額百分之四十九為限。
- (2) 投資範圍限於國內文化創意業者，但不得投資上市、上櫃公司。
- (3) 專業管理公司投資已發行流通股份之累計金額，不得超過該公司受加強投資文化創意產業實施方案委託管理投資額度百分之二十。
- (4) 文化部為辦理文化創意產業之投資，得設立文化創意產業投資評估審議會，審議會由專業人士、國發基金、文建會(文化部前身)及其他相關中央目的事業主管機關代表十五人至二十一人共同組成，其中政府機關代表，不得超過三分之一。委員聘期二年，期滿得續聘之。

表 3-3-1 12 家專業管理公司簡介

編號	公司名稱	投資核心領域
1	中國信託創業投資股份有限公司	工藝產業、創意生活產業、文化資產應用及展演設施產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業
2	中影管理顧問股份有限公司	核心投資標的：電影產業、廣播電視產業 與核心標的相關連結標的：視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、廣告產業、數位內容產業、流行音樂及文化內容產業
3	台灣文創一號股份有限公司	音樂及表演藝術產業、電影產業、廣播電視產業、流行音樂及文化內容產業
4	和利財務顧問股份有限公司	電影產業、廣播電視產業

編號	公司名稱	投資核心領域
5	和通國際股份有限公司	視覺藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業、電影產業、出版產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、數位內容產業、創意生活產業
6	柏合麗創業投資管理顧問股份有限公司	電影產業、廣播電視產業、數位內容產業
7	富蘭克林文創創業投資股份有限公司	電影產業、廣播電視產業、設計品牌時尚產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業
8	華陽中小企業開發股份有限公司	視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、工藝產業、產品設計產業、設計品牌時尚產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業
9	華登國際管理顧問股份有限公司	數位內容產業；包括網路服務、行動應用服務、數位遊戲，以及其他符合數位內容範疇之新媒體內容或服務
10	達利管理顧問股份有限公司	電影產業、廣播電視產業、數位內容產業、流行音樂及文化內容產業
11	實聯學學投資顧問股份有限公司	工藝產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位內容產業、創意生活產業
12	豐利管理顧問股份有限公司	音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、電影產業、出版產業、產品設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業

資料來源：行政院文化部

上述12家專業管理公司完成簽約後，至2011年10月底止，已審議通過2個共同投資案，分別為中影管理顧問股份有限公司所申請之《賽德克。巴萊》電影投資案，以及台灣文創一號股份有限公司所申請之「華星娛樂股份有限公司」投資案。<sup>13</sup>

<sup>13</sup> 根據文化部最新提供之資料顯示，截至2012年底，已經有26件申請，通過14件。

表 3-3-2 共同投資案計畫

計畫名稱	所屬產業	文化部搭配投資金額	帶動民間投資額
賽德克·巴萊	電影產業	9,000 萬元	5.3 億元
華星娛樂股份有限公司	電影產業/ 流行音樂產業	2,200 萬元	4,000 萬元

資料來源：2011 台灣文化創意產業整體概況

## 2.加強投資中小企業實施方案

為提升中小企業競爭力，行政院國家發展基金於2007年4月17日決議通過「加強投資中小企業實施方案」，並由國發基金提撥100億元，委託經濟部中小企業處辦理「加強投資中小企業100億元計畫」。執行期限十年，前七年進行投資，後三年進行剩餘投資案處分，於2007年8月30日正式啟動。經濟部中小企業處已遴選18家投管公司，採共同搭配投資方式，資金搭配方式為：

- (1) 投資種子期及創建期企業，搭配投資比例國發基金：投管公司為3：1。
- (2) 投資文化創意產業，搭配投資比例國發基金：投管公司為3：1。
- (3) 投資重點服務業，搭配投資比例國發基金：投管公司為2：1。
- (4) 專業管理公司投資評估時點前一年內，國內僱用員工增加30人(含)以上者，搭配投資比例國發基金：投管公司為2：1。

「加強投資中小企業實施方案」截至2011年6月底，合計投資75家企業、累計國發基金投資金額22億1,728萬元，管理公司搭配投資金額17億3,595萬元，總計投資金額39億5,323萬元。另外，引進美、日等國外資金達4億8,764萬元、誘發民間投資155億4,430萬

元；協助企業取得智慧財產權約418件，獲得國內外獎項42件及穩定就業數達8,693人<sup>14</sup>。

### (三) 國內文化創意產業融資機制

#### 1.加強中小型文化創意產業貸款

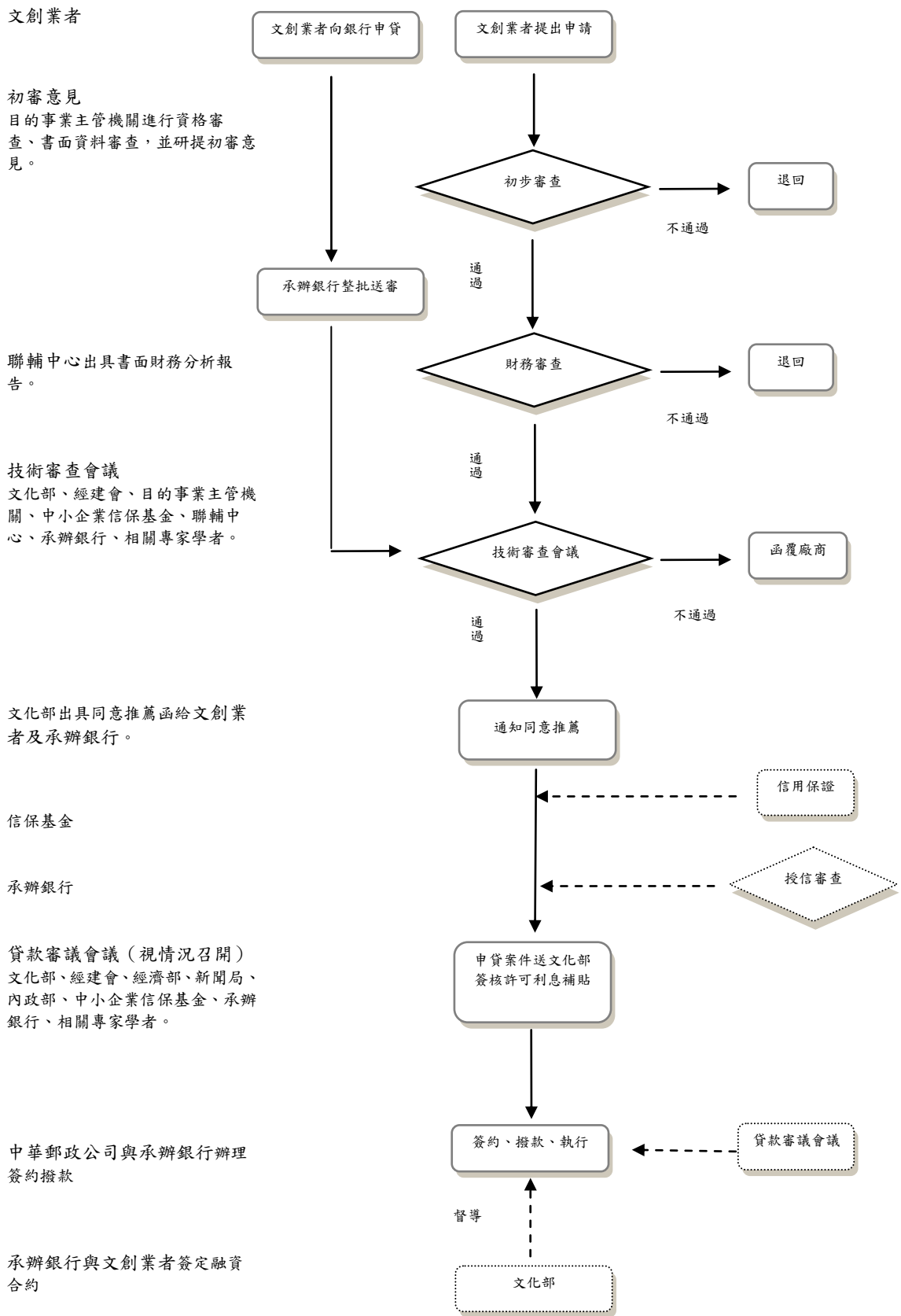
行政院經建會匡列50億協助文化部辦理「加強中小型文化創意產業貸款」，由文化部編列年度預算補貼利率。融資對象為依公司法或商業登記法設立之文化創意產業業者及符合行政院「中小企業認定標準」之國內文化創意產業之業者。貸款範圍為有形資產、無形資產、營運週轉金、新產品或新技術之開發或製造以及從事研究發展、培訓人才之計畫。貸款利率為中長期資金運用利率加承辦銀行加碼機動計息(上限2%)，而政府最高補貼1.5%之年利率。「加強中小型文化創意產業貸款」的申貸流程如圖3-3-1。

「加強中小型文化創意產業貸款」於2010年12月發布，2011年初開始執行，至2011年10月底已受理68件文創融資申請案，共計完成12件審查作業，其中27件審查通過，有17件獲得銀行承貸，核貸額度達4,900萬元。<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> 依據 2011 年中小企業白皮書。

<sup>15</sup> 根據文化部最新提供之資料顯示，截至 2012 年底，目前已經受理 68 件融資申請，27 件通過，17 件獲得貸款。



資料來源：行政院文化部

圖 3-3-1 文化創意產業優惠貸款申請流程

## 2.文化創意產業優惠貸款

由經濟部工業局提供總貸款額度200億元的融資方案，主要提供數位內容產業及文化創意產業之業者購置取得有形資產、無形資產及營運週轉金等三項用途之融資貸款。每一申請計畫核貸額度限於依申請計畫實際需要之八成，且核貸額度最高不得超過新台幣1億元。貸款利率按中長期資金運用利率，加承辦銀行加碼機動計息，銀行加碼以不超過2%為限。

## 3.促進產業創新或研究發展貸款

經濟部工業局提供文創業者投入研發所需之資金融通，貸款額度最高6,500萬元。

## 4.電影事業及廣播電視節目供應事業優惠貸款要點

由行政院文化部提供優惠貸款給符合製作、發行國產電影片之電影片製作業、電影片發行業及電影工業以及自行製作我國電視節目、錄影節目帶之電視節目製作業及錄影節目帶之中小企業。貸款用途以為製作、發行國產電影片、我國電視節目、錄影節目帶，取得有形資產、無形資產及作為營運週轉金為限。貸款額度不得逾貸款計畫所列申請人出資金額，且不得逾新台幣1億元。貸款利率不得逾中華郵政股份有限公司一年期定期儲金機動利率加年息5%，文化部補貼貸款前三年年息3%。

### (四) 信用保證機制

歷年來信保基金遵循政府輔導中小企業政策，積極辦理保證業務，近年來更配合金融環境，符合客戶需求，將保證業務多元化發展，客戶申請信用保證途徑有間接信用保證及直接信用保證兩種。

#### 1.間接信用保證

大型或已具有知名度或成效之文創業者可直接向銀行申貸，再經由信保基金保證，以取得金融機構的融資。

## 2. 直接信用保證

中小型文創業者，因為營運規模小，缺少貸款抵押，普遍難以自金融機構取得貸款，因此小型或尚未建立知名度之文創業者，但具有研發、管理能力、市場拓展能力之中小型企業，可直接向信保基金申請信用保證，再憑以向金融機構申請融資。此一模式的優點有送保資格較寬鬆、信保基金先行審核、保證條件明確、保證成數較高、部分排除不代位清償規範等。

審查方面將不以企業財務結構與擔保品為主要評估項目，而配合新的評鑑方式，加強對貸款計畫內容、經營團隊、無形資產、顧客關係、計畫可行性及產業前景等項目進行評估，且與外部單位密切合作，包括文化部等，事前透過技術審查會議之專家學者參與評估。

信用保證基金提供之信保餘額統計如表3-3-3：

表 3-3-3 2012 年 3 月底文化創意產業信用保證餘額統計表

單位：件、新台幣百萬元

	保證件數	保證餘額	協助取得融資餘額
文化創意產業案件	2,740	5,566.91	6,894.00
全體產業案件	248,158	558,190.33	704,204.79
文化創意產業占 全體產業案件比重	1.10%	1.00%	0.98%

資料來源：中小企業信用保證基金

## 二、 政府部門相關硬體建設措施

行政院早在 2002 年 5 月便將「文化創意產業」列為「挑戰 2008：國家重點發展計畫」推動，首次將「文化軟體」視為國家建設的重大工程。當時文建會（文化部前身）即針對主管之「音樂及表演藝術產業」、「視覺藝術產業」、「工藝產業」及「文化展演設施產業」四項藝文產業，以產業鏈之概念，就「人才培育」、「環境整備」、「文化創意產業扶植」三面向進行思考，提出文創產業第一期（2003~2007 年）發展計畫，並規劃辦理「五大創意文化園區規劃設置」。當年文建會(文化部前身)復基於「創意文化專用區」可發揮集聚、擴散、示範與文化設施等多項功能，於是將台灣菸酒公司(原經濟部菸酒公賣局)減資繳回之台北、花蓮、台中與嘉義酒廠舊址及台南倉庫群等五個閒置空間規劃為「創意文化園區」，其主要推動目標在於透過文化創意產業環境整備，建構跨專業及資源之整合平台、設立表演藝術場地、視覺藝術展場、生活藝術交易平台，以促進文化創意產業發展。

從第一期計畫（2003~2007 年）逐步完成園區之土地移撥、都市計畫變更等相關作業。在軟體規劃上，文建會(文化部前身)陸續進行五大園區整體發展計畫、區域產業調查研究案，並先後辦理「區域文化產業資源及現況調查」研究報告，及文化創意產業園區發展論壇等計畫案；在硬體規劃部分，因舊酒廠長期間置致園區廠房建築物毀壞皆相當嚴重，於完成各園區整體發展計畫後，即於 2004 年開始持續進行五大園區既有建物之整修及基礎環境整備工作，至 2011 年度，華山園區、台中園區及花蓮園區已經完成大部分的建物修繕工程，嘉義園區及台南園區正積極辦理中，且華山、台中、花蓮及嘉義等園區已部分對外開放使用。

另為延續推動園區能量及擴大執行效益，文化部在第一期計畫基礎上，繼續研擬推動文創產業第二期計畫（2008~2011年），計畫內容於五大創意文化園區進行設施整建及引入民間參與機制，期望促成文化資本的加值和累積，以提升台灣整體的文化創意產業競爭力，並自2011年起各園區名稱更正為「文化创意產業園區」。

此外，配合行政院「創意台灣—文化创意產業發展方案」，文化部修正第二期計畫<sup>16</sup>，將「創意文化園區計畫」納入該方案「環境整備」計畫項下執行，修正為「產業集聚效應計畫」（2008~2013年），繼續以五大園區為基地，整合北、中、南、東各區域環境內相關文創資源及據點，以文創產業軸帶概念，進行產業串連並促使產業產生群聚效應，達成資源、人力或技術互相支援，同時激盪創意、整合資源，進而結合地方政府之參與，帶動地方文創產業之發展，推動跨業別之整合，俾能達成文創產業整體區位之發展，提升產業競爭優勢。

為使園區永續經營，除硬體修繕工作外，並陸續辦理引入民間參與公共建設之各類促參案。其中位於台北之華山園區率先完成「電影藝術館委託營運管理（Operation and Transfer，簡稱 OT）案」以及「華山創意文化園區文化创意產業引入空間整建營運移轉計畫（Rent/Rehabilitate, Operation and Transfer，簡稱 ROT）案」。此外，「徵求民間自行規劃申請參與投資華山創意文化園區文化创意產業旗艦中心興建營運移轉計畫（Build, Operation and Transfer，簡稱 BOT）」、「花蓮文化创意產業園區整建營運移轉案（ROT）」、「台中園區 B03 藝文展覽館營運移轉（OT）案」、台中園區「創意主題餐飲空間」委託營運

---

<sup>16</sup> 文化部之二期修正計畫於2010年開始改以以下6項子計畫作為推動策略及主軸：1.產業研發及輔導計畫。2.多元資金挹注計畫。3.人才培育及媒合機制計畫。4.市場流通及開拓計畫。5.產業集聚效應計畫以及6.工藝產業旗艦計畫。

管理服務案，均已完成招商簽約手續；另為吸引民間參與嘉義及台南文化創意產業園區經營，已於 2011 年 12 月 29 日訂頒「行政院文化建設委員會協助文化創意事業運用嘉義及台南文化創意產業園區申請作業要點」，續將辦理招商，期能引進民間資金及企業化之經營管理理念，開拓園區建築空間使用活路，加速園區正式營運。規劃文創產業相關展演活動方面，根據統計資料，五大園區自 2006 年起累計至 2011 年底，已完成辦理 3,959 場次活動，共吸引約 439 萬 8,260 人次參與。期能達成以五大園區為基地，搭配園區之產業定位，推動產業扶植計畫，有效促成產業集聚之效應。茲將五大園區今(2012)年工作重點整理臚列如下：

#### (一) 華山文化創意產業園區

除電影館工程外，已完成建物修繕工作；今年持續辦理「華山電影藝術館工程案」及「華山電影藝術館空間設備工程」案，另將於 2012 年 10 月份延續辦理「華山藝術生活節」活動。

#### (二) 台中文化創意產業園區

台中園區全區委外前置規劃作業計畫已完成可行性評估報告書，今年將續續辦理該案；另預計辦理「台中文化創意產業園區 R14 倉庫拆除工程及地面停車位標線繪製工程」、「台中文化創意產業園區 R04 舊有建築物改建工程」等工程，並規劃辦理「2012A+創意季」及「2012 創意生活節」等文創展演相關活動。

#### (三) 花蓮文化創意產業園區

園區原有 26 棟建物，現已完成 22 棟建物的整建；今年持續辦理「花蓮園區原料工廠等 4 棟歷史建築修復工程案」；另配合全區工程完工期限，花蓮園區 ROT 營運廠商已於今年 1 月進駐，期藉企業

化之經營管理理念，加速園區全面暨多元化之營運。

#### (四) 嘉義文化創意產業園區

園區工程主要分兩期推動，第一期第一階段工程已於 2010 年 10 月完工，第一期第二階段刻正施工中；今年持續辦理「嘉義園區建築整修與景觀工程（第一期第二階段）案」、「嘉義文化創意產業園區歷史建築中間試驗場修復工程」、「嘉義園區第二期工程（文創願景館、酒文化館、創意工坊）整修與景觀工程案」、「嘉義園區第二期傳統藝術區整修工程」、「嘉義園區第二期外水電工程」。有關經營部分，現係委由嘉義市政府文化局代管，今年將繼續辦理招商，以加速園區正式營運。

#### (五) 台南文化創意產業園區

園區工程主要包括古蹟出張所、L 棟庫及景觀工程；今年持續辦理「台南園區 L 棟倉庫整修（後續工程）及環境改善工程」案及「台南園區行政棟整修工程」案。另為吸引民間參與台南園區經營，仍將繼續辦理招商，期能引進民間資金及企業化之經營管理理念。

設置文化創意產業園區主要推動目標在於透過文創產業環境整備，建構跨專業及資源之整合平台，成為文創產業發展之另一項重要基礎建設。以此為基礎，進而達成文創產業整體區位之發展。其主要功能有三：

- 作為文化產品演出、展示、交易的平台，同時創造周邊的附加價值，例如設立工作室、排練室、小型演奏廣場、藝術家設計產品展示、精品展示銷售區。
- 配合當地城市的文化特色：進行特色文化規劃，如音樂城、設計、電影、藝術、工藝、數位藝術中心等。

- 具有城市的觀光價值：讓城市的藝術家、設計者展示他們的創意作品。

因此「文化創意產業園區」並不同是「文化園區」、「藝術村」、「文化中心」或「閒置空間再利用」，而應該是可以創造「文創產業直接效益」及「關聯產業間接效益」的多元場域。

文化部為找尋五大文創產業園區最適當之經營模式與團隊，經這幾年之評估與試營運，已發展出不同的經營模式，並以保障文化原創性與實驗性之生存空間，提升國民文化素養等「文化」內涵律定為營運主軸，俾作為園區營運之重要核心價值。其中，華山園區及花蓮園區係採促參方式指定營運項目及相關規範，委託民間團體經營；台中園區則由文化部文化資產總管理處籌備處進駐經營，另採分區委外方式，導入民間優良團隊協助經營；至於嘉義園區及台南園區，則因促參自償性不足，為降低民間經營團隊（含藝文工作者）之負擔，已研擬土地租金優惠方案，讓有理念之文化創意產業園區之經營者減輕其經營壓力，以實踐其理想。

華山園區及花蓮園區雖採用引進企業專長之經營模式，惟文化部仍將持續督請 ROT 之經營團隊持續深入了解各地特色，顧及地方發展與在地藝術家、社區居民的需求，以多元、跨領域之藝文活動推廣帶動地方相關產業的發展，透過跨領域的結合與合作，為園區建構系統化的產業文化。相信在公私部門合力策動下，文化創意產業園區可望成為文化創意產業與觀光活動共榮發展的指標場所，同時結合地方政府之參與，帶動地方文化創意產業之發展，推動跨業別之整合，進而達成文化創意產業整體區位之發展，提升產業競爭優勢。

面對全球化高度競爭以及亞洲各國文化創意產業的崛起，推展具

有國際競爭力之文化藝術，儼然成為當前工作重點。是以文化創意產業已被視為未來服務業的旗艦產業，係文化興國之利器，除能帶動台灣的經濟成長，更希望藉此能以台灣的藝文發展帶動全球的華人文化。

文化部除依據計畫期程，進行工程施工及營運管理等作業，完成所有園區建物修繕以及環境整備工作，並積極推動引進民間機構參與營運，以活化園區使用機能。在軟硬體同步進行之下，各園區之發展成效已漸顯現。未來園區配合「創意台灣－文化創意產業發展方案」項下之產業集聚效應計畫，進行跨園區串連，整合相關文化創意產業資源及據點，有效強化園區經營管理，定能與其他相關融資或配套政策結合，成為推動台灣文化創意產業的重要據點，進而帶動創意城市產業集聚及經濟效應。

#### 第四節 小結

在全球化浪潮的衝擊下，多數先進國家已都將文化產業列為經濟發展的重點方向。文化創意產業儼然已成為 21 世紀最熱門的新興產業，換句話說，從農業經濟發展至工業經濟、資訊經濟、以至知識經濟，文化創意的經濟時代似乎已成為 21 世紀的主流經濟。我國政府自 2009 年起將文化創意產業列為六大新興產業之一，並頒佈了「創意台灣-文化創意產業發展方案」作為主要推動策略，希望文化創意能繼第三波資訊科技經濟後，成為推動第四波經濟成長之動力。為營造台灣文化創意產業發展之良好環境，促進其轉型與升級，「文化創意產業發展法」在歷經多次審議後，於 2010 年 1 月 7 日由立法院三讀通過，同年 8 月 30 日發布正式施行。

由本章敘述可知，文化創意資產之無形資產乃以智慧產權為基礎，其內容包含專利權、著作權，以及商標權等，因此文化創意產業之發展要能普遍，智財權的建立、評估、鑑價、甚至交易等，將扮演很重要的角色。依據 37 號公報「無形資產之會計處理準則」之規定，無形資產之公平價值需強制認列於資產負債表，並於 2007 年起實行。但是如何正確評估企業的無形資產公平價值一直是學術界及企業界極大的挑戰；現階段由於無形資產價值未能合理被顯示在帳面上，以致無形資產之市價與帳面價值差異甚大。因此金融業對於無形資產作為擔保品之認定仍處於起步階段，尚未有明確具體的個案可供參考，以致欲透過無形資產鑑價機制來協助文創業者融資的助益是有限的。

因此，目前文創產業籌資的主要來源，還是回歸到以銀行的貸款為主，也因此信用保證機制所扮演之功能(不論是直接信用保證或是間接信用保證)，才是目前政府發展文創產業暨協助文創業者融資的要角。我國中小企業信用保證基金在協助文化創意產業的融資過程中。文化創意產業的類別有「十五加一」，種類繁多，而每項類別都有不同的技術專業以及價值評估方式，對於銀行等金融機構而言，不易一一釐清，因此許多銀行往往只能就某幾項類別建立其融資的專業，以致對於文創業整體的融資協助上有所限制。然而我國的中小信用保證基金則有所不同，它享有規模經濟的優勢，因為各地金融機構申請融資若需要保證協助者，皆會匯集到中小信保，所以若稱中小信用保證基金為我國文創產業發展之推手，一點都不為過。

此外，目前政府所提供的文創產業優惠貸款也對於業者的融資扮演相當重要的協助角色，因為儘管政府透過利息補貼的方式，受限於預算規模以及金融機構對於債權事項確保的嚴謹審查，其結果不見得能滿足

大多數文創業者的需求，但是在政府邀請專家審查業者投資方案的過程中，也有助於其他的投資者(如中小信保基金也可扮演直接投資的角色)對於有潛力的文創企業的認識，進而以股權融資的方式，協助業者獲取所需資金。

## 第四章 精緻農業產業融資問題與國內外相關政策

關於精緻農業之融資發展，其融資幫助之對象均為從事農業生產之主體與客體。所謂主體，係指從事農業生產之組織，可為個人、獨資、合夥或法人組織。所謂客體，則指農業生產之原料、技術、產物及產後運輸、銷售、販賣的管道。其中，獨資、合夥或法人組織，以及技術、產後銷售、販賣等部分，均與商業活動之類型息息相關，但基於純商行為之利益創造與交換，農業產品或產物與商事產品之特色、交易型態、利益交換、利益創造等均有所不同，也因此若非給予不同之融資機制以資因應，將使一般農業生產之個人，或甚而有意邁入農企業之主體，將因為無法與一般商事企業競爭而無法取得資本市場、票券市場等資金挹注，鍛羽而歸。也因此，在融資制度之建立上，必須要以農業組織、精緻農業活動作為不同之建立與輔導模式，並配合農業監理措施之預警及建立，以求完整之精緻農業融資架構。

### 第一節 精緻農業產業之概述與發展現況

#### 一、 精緻農業之特色

精緻農業規模為六大新興產業中最小的一項，必須透過新技術開發新市場，擴大規模效益：根據行政院公布之六大新興產業 2008 年產值，精緻農業僅 934 億元，是唯一尚未達千億元產值的產業。與其他產業結合，有助於擴產營運範疇：如與觀光及文創產業結合，深化休閒農業，經營展休閒農業經營；與生物科技結合，可發展農業生技；與綠能概念結合，發展有機農業。產值雖不高，但外部效果強：由於

農業生產產品為民生必需品，因此具有對抗景氣循環之功能。屬於內需型產業：由於農業生產地區多無法移轉，且加值亦必須在當地執行，加上台灣地狹人小，因此主要以供應內需為主。台灣地理條件優越：如全球共有七種石斑魚可用人工培植，而台灣配合地理條件已能培育出其中之六種；而蘭花出瓶種苗栽培成熟株，所需時間亦領先全球。

## 二、精緻農業之範疇

依據行政院主計處的行業分類標準<sup>17</sup>，精緻農業所包括的範圍，除了農、林、漁、牧所有細項產業，也包含農機具設備之製造以及農產原料之加工、批發與銷售等。有關精緻農業產業之涵括範圍與我國產業分類之對照表，可參見表 4-1-1。

表 4-1-1 精緻農業產業與我國行業分類對照

	行業分類標準		
精緻農業	農、林、漁、牧業所有細項產業	2,921 類農用及林用機械設備製造業；2,923 類食品、飲料及菸草製作用機械設備製造業	453 類農產原料及活動物批發業；454 類食品、飲料及菸草製品批發業；4,643 類農用及工業用機械設備批發業；472 類食品、飲料及菸草製品零售業

資料來源：行政院主計處

另依據行政院的規畫，精緻農業之內涵可分為健康農業、卓越農業、樂活農業等三大面向。健康農業著眼於安全認證的深化，卓越農業則強調科技研發，而樂活農業則注重農村風情與休閒農業的打造。

### (一) 健康農業

<sup>17</sup> 依行政院主計處訂定之中華民國第八次行業分類標準為統計基礎。

我國耕地面積 2008 年為 82 萬公頃，推動有機農業、產銷履歷、吉園圃面積合計 2.5 萬公頃，占耕地面積 3%。2007 年世界有機農業面積 3,055 萬公頃，較 2000 年 1,055 萬公頃成長 189%。鄰近日韓各國亦致力發展有機農業。2008 年台灣有機農業栽培面積占 0.29%，較日本 0.16% 高，但較義大利 8.4% 明顯偏低，也較美國、中國大陸及巴西等國為低。

截至 2009 年 6 月底，我國計有已輔導 1,222 個產銷班通過吉園圃審查，生產面積 1.6 萬餘公頃，年產量約 33 萬公噸。通過驗證之有機農糧產品驗證面積共 2,499 公頃，驗證合格農戶 997 戶，包括水稻、蔬菜、果樹、茶樹及其他作物，年產值達 15 億元。CAS 農產品：驗證產品類別有肉品、食米、蛋品、水產品及林產品等共 14 大類，計有 293 家業者 5,923 項產品獲得 CAS 驗證，年總產量達 70 萬公噸，產值超過 420 億元。產銷履歷農產品：已有 1,505 家農產品經營業者通過產銷履歷驗證，生產品項包含農漁畜等 114 種產品，年產值約 38 億元。

有機農業有時亦被稱為生態農業、低投入農業、生物農業、動態農業、自然農法、再生農業、替代農業、或永續農業之一種。各國法律或農業協會所使用的名稱或定義經常不同，例如歐洲聯盟的十二個國家，雖然用相同的管理條例，卻分別採用生態農業、生物農業及有機農業三種名詞作為法律上的稱呼。

## **(二) 卓越農業**

全球農業生技產業商機可期，2008 年產值 411 億美元，同年我國農業生技產值新台幣 35 億元，占新興生技產業總產值 226 億元之 15.4%。以屏東農業生物科技園區為例，該區已核准 59 家業者，20

家已進駐生產，總投資額 31.2 億元。又如蘭花產業為例，台灣蘭花 2008 年種植面積 579 公頃，總產值 26.5 億元，外銷比率 70% 以上，蘭花出瓶種苗栽培至 3.5 吋僅需 12~18 個月，較日本、歐洲縮短約 6 個月。2008 年植物種苗年產值 81 億元，出口 11 億元；種畜禽產值 24 億元。

台灣石斑魚的人工繁殖技術世界第一，產量 17,234 公噸，占全世界總產量 25%，產值新台幣 38 億元，占全世界總產值 58%。全世界可養殖石斑僅 7 種，台灣可繁殖 6 種，運輸至中國大陸沿海城市所需時間較東南亞國家短 1~10 天。全球觀賞魚貿易額 58 億美元，含周邊產品產值可達 140 億美元。台灣 2008 年產值 20 億元，南部水質與氣候條件適合發展，且業者繁殖技術成熟，水晶蝦、神仙魚並獲世界大賽冠軍，螢光魚在 2003 年被 Time 雜誌評選為該年度最酷的 40 項發明之一。行政院通過之卓越農業有：農業生物技術、蘭花、觀賞魚、石斑魚、植物種苗及種畜禽等。

### (三) 樂活農業

樂活農業將發展農業深度遊與農業精品，其中農業深度旅遊結合慢活森林、漁釣鯨賞及農村休閒，台灣有休閒農業區 67 處、有 189 家登記休閒農場；2008 年農村休閒年產值 74 億元（含農村休憩產業 17 億元），遊客人數 959 萬人次，其中 63,739 人次來自國外。台灣亦有 18 處森林遊樂區、8 處自然教育中心及全國步道系統；2008 年森林生態旅遊事業年產值 33 億元，遊客人數 480 萬人次。漁港 77 處，266 艘娛樂船停泊，每年載運遊客 120 萬人次海釣或賞鯨；淡水漁人碼頭每年參訪 100 萬人次以上。

農業精品重點為發展台灣茗茶、農村美酒、經典好米、竹製精

品、金鑽水產及優質畜產等 6 品項，台灣茶葉總產量 1.7 萬公噸，其中產銷履歷及產地證明標章之精品產量 900 公噸，產值 9 億元。農村酒莊 23 家，製酒量 20 萬公升，產值約 1 億元。糙米總產量 117 萬公噸，良質米 96.2 萬公噸，品質優良精品米 2,500 公噸，產值約 4 億元。傳統竹材產業產值約 1 千萬元，推動產型開發竹製精品，包括竹炭、竹藝品、精緻複合竹材等，產值約 20 億元。漁業國內超低溫鮭魚、蜆精、烏魚子及海鱺等 11 項產品，產值約 8.8 億元。優質畜產品，如雞精、烏骨雞養生膠、甘醇熟成火腿、膠化蛋等，產值約 29 億元。

### 三、我國精緻農業市場概況

#### (一) 我國農業之概況

以我國行政院農委會相關統計數據分析為例，我國農業自 2000 年後之發展狀況，具有下列特點：1.出口數量大於進口數量；2.耕地面積大部分減少；3.耕作者邁向中高齡化；4.農業人口數（戶）逐年降低；5.農業生產總值降低，變動產生負數；6.農作物生產結構：農>畜>魚（水）>林；7.躉售物價指數：水>畜>農>消費者物價指數>總躉售物價指數>林；8.所得物價：畜產品；所付物價：生產用品。據此，我國農業之發展狀況係仰賴出口維持，除實際從事農業耕作者、生產總值均下降外，耕作年齡中高齡化的結果亦使耕作效率與產量降低，且畜牧業、漁業及林業之發展遠不及農業，加上耕地面積減少之狀況，勢必有部分從事農業之耕作者必須放棄而往其他行業發展或失業。最後從所得物價與所付物價之統計來看，大部分從事農業者希望所得為畜產品而非其他農產品，或許因為變現價值高之緣故，且並未對農業耕作者帶來其他利潤收益，因該收益幾乎用

於民生產品及生產用品以換取畜產品之收成，勉強將生活收支維持平衡，這也凸顯我國農業發展之不均衡，亦即小單位耕作並無整體收益競爭之概念。也因此，在繼受外國法制時，歐美等大型機械式農業的形態，與亞洲之日本、我國之型態並不相同，實值注意。

## (二) 我國精緻農業之市場規模

由前述可知，台灣農地出現可耕地面積下降與農地破碎化現象，將不利於糧食自給率之維持。另一方面，目前每農戶平均擁有耕地面積為 1.09 公頃，44% 農戶面積小於 1 公頃，故為避免農地零星分割改建，推行小地主大佃農政策，將為我國農業生產能否後繼經營之重要關鍵。

而政府自 2008 年開始投入經費新台幣 242 億元，預期至 2012 年精緻農業產值約為 1,349 億元，其中健康農業結合農民生產與栽培管理之產值達到 740 億元，卓越農業生技、蘭花、石斑魚、觀賞魚、種苗及種畜禽產值達 287 億元，樂活農業產值達 322 億元，總計 4 年可創造約 5.3 萬個就業機會，而精緻農業產業三大類別之年度產值可參照表 4-1-2。

表 4-1-2 2008~2012 各年度農業產值

單位：萬元

	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
健康農業	5,265,543 (56.38%)	5,688,665 (57.82%)	6,040,350 (56.50%)	6,579,870 (55.47%)	7,402,900 (54.90%)
卓越農業	2,106,000 (15.70%)	1,975,000 (14.12%)	2,238,000 (14.59%)	2,498,500 (14.57%)	2,866,500 (14.65%)
樂活農業	1,967,450 (17.40%)	2,175,000 (18.10%)	2,413,205 (18.41%)	2,784,255 (19.01%)	3,216,100 (19.26%)
總計	9,338,993	9,838,665	10,691,555	11,862,625	13,485,500

資料來源：六大新興產業人才培訓與發展趨勢報告(2010)

## 第二節 精緻農業產業之國外融資機制與政策措施

### 一、 農業金融發展之借鏡

精緻農業之融資和農業金融體系之發展密切相關，因此由世界各國之農業金融發展歷程，可以看出精緻農業之發展與融資特色

#### (一) 農業金融功能在促進農業經濟發展中得到發揮

以德國為例，以農業金融為催化劑，推進各種橫向聯合，促進農村經濟的全面發展。該合作經濟非以生產合作為中心，而係以信用合作為中心，以信用合作促進供銷生產合作。以信用為紐帶，通過提供資金配置、結算、清算等功能，德國農業金融有效地促進農村合作經濟之發展。

#### (二) 各國農業金融功能之重要性不斷提高

以美國為例，係以市場主導型之金融制度，資本市場中之股票市場在農村企業之投資作用上，比銀行主導型之德國與日本金融制度，相形重要。而德國銀行融資與債券市場對於農企業之投資來說是非常重要的，功能性的不同會促使不同之金融市場對於農業金融之質變，甚至於產生出金融創新的現象。從農業金融之產生與變化過程觀之，農業金融是隨著市場之交易產生並在交易深化過程中變遷的交易制度，功能不是人為主觀設計之結果，而是體現市場分工與交易的內在要求，因此在不同的經濟增長條件上，其功能執行上將因為市場的交錯而產生交叉之影響。

#### (三) 顯性與隱性結構之協調

農業金融機構與農民之間之資金借貸等金融服務為顯結構，而其之間產業結構調整指導、技術支持以及訊息傳遞等服務相關為隱性結構，若農業金融服務系統能夠有效率地協調該等服務關係，農

村金融系統之功能將能充分發揮。

以日本為例，農協組織與農村家庭聯繫、親屬關係、傳統技藝習俗等結合。農協組織主要有下列六種工作：1.指導事業、2.銷售事業；3.購買事業；4.信貸事業；5.保險與保健事業；6.其他事業。從金融之角度觀之，農協組織與該會員間，具有廣泛之信用及保險關係，並遵循營利性原則。事實上，農協金融事業是農協組織之主要收入來源，其他部分係助於金融事業之發展，也因此透過信貸事業之串連，提供資金、快速結算、減少在途資金之浪費，而加快農協會員資金週轉、活絡農村經濟。

而美國係以商業銀行從事對於農業用戶之貸款，然而農村組織、農業活動與一般商業信用貸款具有本質上之不同，若將二者相比，農業資金需求者將因為無法提供相當之擔保而無法取得資金。

#### **(四) 政府的金融政策扶助**

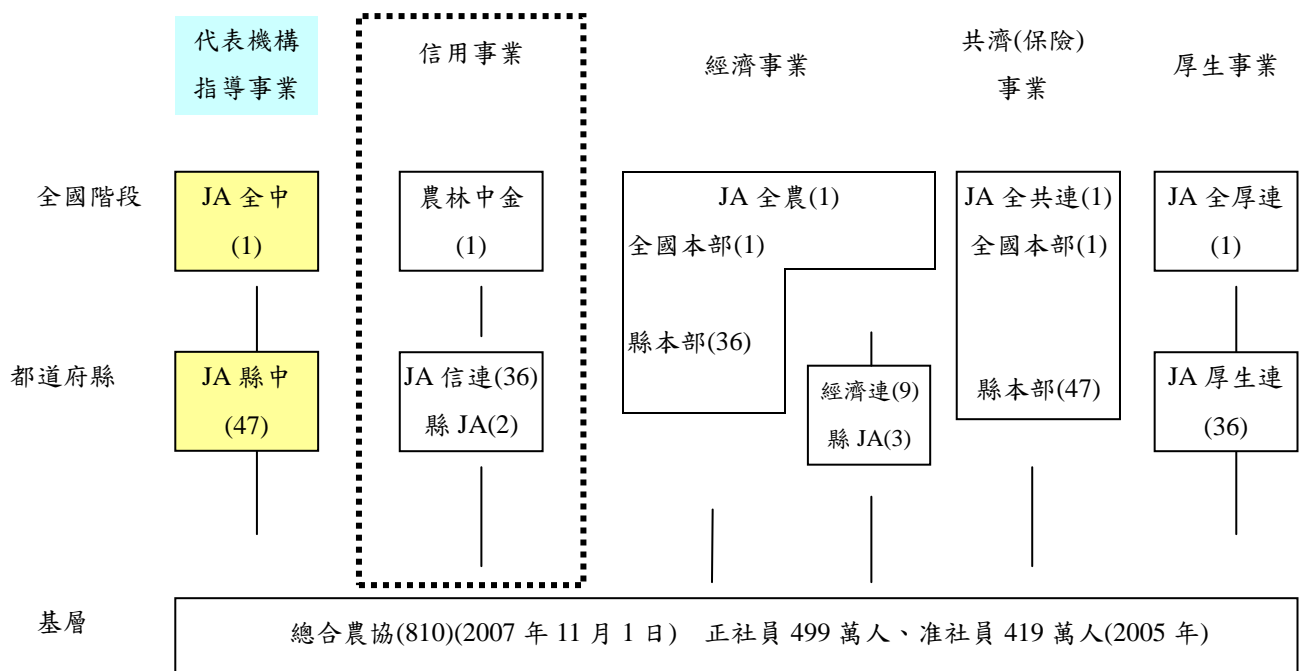
印度政府透過下列措施，對於農村金融事業進行許多改造：1.發展農村金融機構。2.增加農村信貸資金。3.對農村金融機構進行優惠與照顧。4.發放農村優惠貸款。5.協調農村金融工作。不過，在1969年後，印度開始實施主要銀行規劃，將印度劃分許多地區，將這些地區分別分配給各商業銀行。凡在一地負有主要責任之銀行，必須對於該地區進行調整，找出該發展中心、資金供需缺口等情況，並根據規則協調該地區內各種金融之信貸安排。此外，在日本透過政策的推動，存款保險公司不僅對存款人之存款進行保險，也對信用合作社之破產收購提供援助。這都顯示出政府政策扶助之重要性。

## **二、日本對於農業發展之金融政策**

日本農協之組織體系，早期在市町村(鄉鎮)階段，對應一市町

村一農協；都道府縣階段依據各事業別設置連合會；全國階段則有全國連合會。各階段組織之區域範圍對應於該行政區域，農協與國家之農業政策連結頗深。事業體系外，並設有都道府縣中央會及全國中央會，負責指導、監督及查核農協事業，並針對農政活動向政府提供建議。

基層農協的事業包括：指導事業、購買事業、販賣事業、信用事業、共濟(保險)事業、厚生(福利)事業及其他事業。連合會階段則採各事業專業經營，如圖 4-2-1 所示。信用事業在縣階段有都道府縣信用農業協同組合連合會(簡稱縣信連)、全國階段則有農林中央金庫(簡稱農林中金)。至於經濟事業在縣階段有都道府縣經濟農業協同組合連合會(簡稱經濟連)，全國階段有全國農業協同組合連合會(簡稱全農)，目前已有 36 縣完成兩階段統合(全國、基層)，9 縣仍保持縣經濟連，3 縣為基層農協與全國兩階段。至於共濟事業，因為已統合為兩階段，全國有全國共濟農業協同組合連合會(簡稱共濟連)，縣階段為其分部。



註：1.JA 全中：全國農業協同組合中央會；2.JA 全農：全國農業協同組合連合會；3.JA 全共連：全國共濟農業協同組合連合會；4.JA 縣中：農業協同組合中央會；5.經濟連：經濟農業協同組合連合會；6.共濟連：共濟農業協同組合連合會；7.JA 信連：信用農業協同組合連合會。

資料來源：行政院經濟建設委員會(2007)。

圖 4-2-1 日本農協體系圖

我國的農業金融體系和日本有相近之處，因此本節針對日本發展農業的融資輔助政策，其要點如下：

### (一) 農村合作金融體系的直接扶持政策

日本政府一直對農協及其信貸事業採取鮮明的扶持態度，實行一系列的直接政策支持：一是採取多種形式的資金支援政策。如政府出資組建農林中央金庫，並向農協和農業生產者提供資金，以及實行農業票據制度等；二是利率優惠政策，日本法律允許基層農協存款利率可以高於普通銀行利率 0.1 個百分點，這有利於農協金融機構吸收儲蓄，此外，政府對農協金融發放的貸款給予利息補貼；三是實行稅收優惠政策，在農協金融設立初期，免徵農村合作金融機

構的營業稅、所得稅和固定資產稅，允許分紅計入成本，對公積金達到出資額的 1/4 為止的部分，採用內部保留非課稅的措施（目前已經取消）；目前農協享受 22% 的稅率優惠（普通法人的稅率為 30%），對按照事業的利用量分配的利用額分紅金額不課稅。

## （二） 建立農業信用保證與保險制度

農業信用保證與保險制度是日本政府扶持農村金融的重要措施，在解決日本農業融資和防範農業信貸風險等方面發揮了重要的作用。日本農業信用保證與保險體系主要由保證和保險兩大系統構成。保證系統是由農業信用基金協會（簡稱基金協會）、金融機構與貸款農民等構成，基金協會於 1961 年設立信用擔保制度，以解決農民進行農業現代化生產貸款擔保不足的問題，進而促進農村融資的順利實施。保險系統則由上層的農林漁業信用基金（簡稱信用基金）和全國農協保證中心構成，信用基金實施的信用保險制度創立於 1966 年，主要執行農業貸款之保險及再保證功能。該體系一方面減少基金協會的金融風險，另一方面增強並補充基金協會的擔保能力。

## （三） 為民間金融參與農業融資提供支援

近年來，日本政府積極推進農業金融體制改革，積極為民間金融機構（地方銀行）參與農業領域融資提供業務和技術支援。第一，推進與民間的協調融資，促進民間主體間資訊交流和業務拓展，如農林中金和地方政府一起為民間金融機構與三者之間的直接交流搭建了資訊交流和業務拓展的平台，農林中金、地方政府和民間金融機構共同定期主持召開三者間的“商務配對”洽談會；第二，自 2006 年 1 月份開始，農林中金啟動了由其獨自開發的針對農業融資時使

用的農業經營者信用等級評價方式(Scoring)<sup>18</sup>，為民間金融機構從事農業融資業務奠定了基礎；第三，為農業融資債權流動提供證券化支援和利用金融衍生產品（以股份、債券、匯率、利率的變動為物件的金融交易商品）來減輕信用風險。

### 第三節 精緻農業產業之國內政策與融資措施

#### 一、精緻農業產業發展之問題與融資需求

##### （一）我國精緻農業發展之挑戰

農業有許多無形的外部經濟效益，除可提升產業附加價值外，更具有守護國人健康、安定社會的功能，其價值無法用傳統 GDP 計算，故精緻農業並不以 GDP 為導向，而是引導農業從生產朝向生活產業發展，發揮農業的多元功能，成為現代化的綠色生態與服務業，進而實現台灣農業成為全民共享的健康農業、科技領先的卓越農業，以及安適時尚的樂活農業。在此願景下，「精緻農業健康卓越方案」推動三大主軸計畫：（一）健康農業－深化安全驗證，打造健康無毒島；（二）卓越農業－領先科技研發，打造卓越農科島；（三）樂活農業－重塑農村風情，打造樂活休閒島。

就現況而言，目前台灣有機農業的生產端正在發展，但後端加工品的需求成長率進步更快；台灣有機食品與飲料銷售額由 2003 年的新台幣 9.2 億元成長至 2006 年 18.1 億元（經建會 2009）。雖然台灣本土市場讓人樂觀，但根據經建會引述 Organic Monitor 資料指

---

<sup>18</sup> 由於農業經營者所面對之經營環境與風險和一般企業有所不同，此處之信用等級評價乃是特別將農業經營者之群體區隔出來，並根據該群體借款與還債歷史、債務狀況等資訊給予不同的分數。

出，台灣市售的有機產品中，將近 70% 仰賴進口，顯然高度成長的市場並不代表帶動本土產業的同步成長，導致台灣的有機農業成長速度跟不上台灣有機農產與農產加工品的市場成長率。而現階段台灣有機農業仍著力在稻米、蔬果、茶等農作物上。但台灣農地面積狹小，在產量上難以與大農型國家的大量、低成本競爭，僅能提供內銷，能否找出台灣有機農業的潛力外銷產品，成為台灣有機農業發展的問題。

在我們的卓越農業發展藍圖中，蝴蝶蘭、石斑魚、觀賞魚、種苗、種畜禽是主要的焦點。以台灣蝴蝶蘭產業為例，蝴蝶蘭年外銷產值約 20 億元，但其實台灣蝴蝶蘭產業幾乎等同於台灣蝴蝶蘭苗產業；台灣石斑魚和觀賞魚的優勢也是在於選育種的特長；種苗和種畜禽產業則完全著重在種苗。綜上所述，台灣卓越農業的核心能力，其實就是育種。然而，如何從眾多的品種中挑出明星級的品種，並以高度品質一致性進行量產，才是關鍵，這也是國外的卓越農業產業(如荷蘭所產的蝴蝶蘭)能夠有龐大競爭力的主因。

## (二) 精緻農業之融資需求

究其實質，所謂「精緻農業」事實上並無一定硬性標準，其種類與技術範疇相當廣泛，適當農產品之選擇、栽培方法之改進、衛生安全之考慮以及產品行銷等，均涵蓋在內。而精緻農業固然是由於土地、資源不足之限制，而被迫轉向高經濟價值作物之發展，並嘗試在日益都會化之環境下，將傳統農業重新與市民之休閒或都市美化進行結合，所形成之新方向。此外，自台灣加入 WTO 後，農產貿易自由化發展迅速，對於應如何調整產銷結構，滿足消費者對於農業之期待，同時提振本地傳統農業，實乃一重要的時代課題。職

是之故，行政院農業委員會遂有「精緻農業健康卓越方案」之提出，並規劃上開三項發展政策主軸。而細究其規劃意旨，諒係從技術面（分子層級基因選種、高效能高生物安全生物工廠、機能性益生菌與活化益菌素、生物性農藥與肥料開發、疫苗開發與疫病篩檢技術等尖端技術之開發與運用）、經營面（小地主大佃農、觀光文創休閒農業、品牌農業、台灣下單大陸取貨通路模式、遠端服務行銷等）以及市場面（開創多元化行銷通路、設定如銀髮族飲食休閒養生市場、高所得與訂婚精品市場、節慶與旅遊伴手市場、國外目標市場及大陸高所得地區或新興市場等）等構面進行改革。

然而，無論係技術面、經營面或市場面之革新，都必須有充足之資金作為支持之力道，欲進行精緻農業發展之業者，其組織型態或經營模式，亦多以農企業為常見。而多數農企業之規模屬中小型企業，惟近年來受到國際經濟金融情勢變更之衝擊，籌資渠道亦連帶受到影響。然精緻農業既為六大新興產業之要項，為促其順利達成發展目標，進一步了解相關融資方式以協助其發展，容有必要。

## 二、 精緻農業產業發展之融資措施

雖言精緻農業，但其融資方式與一般農企業相去不遠。從而，農企業資金來源主要分為三大項，分別為：(1)政府政策、(2)銀行授信及(3)創投資金(圖 4-3-1)。其中政府政策之資金來源主要可分為行政院開發基金與政府之政策性農貸政策；銀行授信則是透過一般銀行或農漁會信用部之農業專案貸款或經由農業信用保證機制的過程，進行一般商業性信用保證貸款；創投資金來源則可分為自籌資金與外募資金，主要是依據農企業創投階段所能夠獲取資金的來源進行分析。然而，由於我國農產業之公司乃以中小企業為主體，故除了一般大型農企業

的大額信貸借款或投資資金來源外，對於規模較小企業之低率貸款政策與農業信用保證機制更是對於小型農企業之扶植具有相當大的助益，且再透過政府投資或優惠措施的執行，必能吸引更多資金的投資，以促進農產業的發展更佳完善，且具備充足資金進行研發、生產與行銷，進一步提升我國農產業的競爭力。

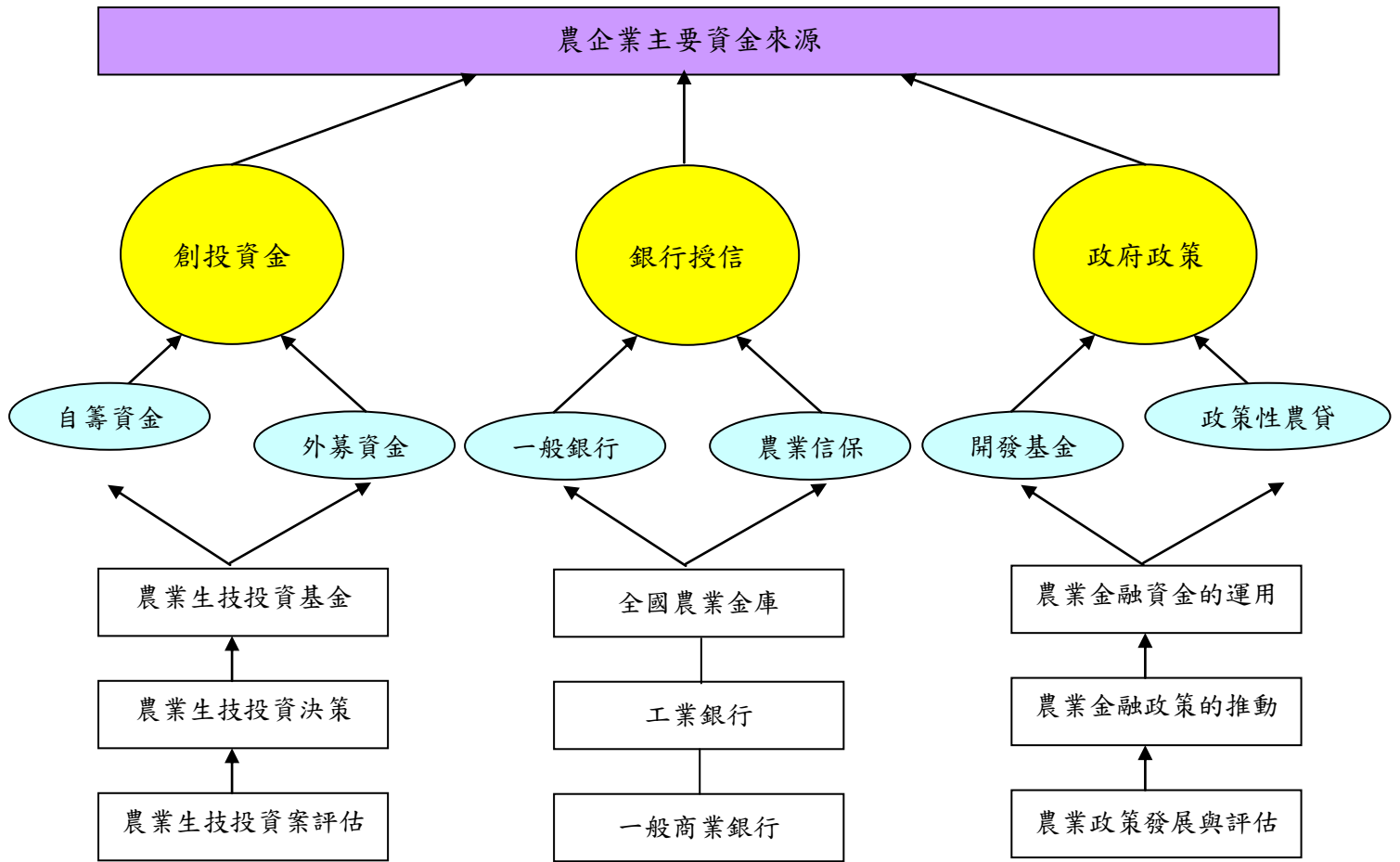


圖 4-3-1 農企業主要資金來源圖

### (一) 政府扶植農企業政策

技術面之精緻農業，性質上多具備高風險且技術密集，投入研發金額與時間長等特色，且在我國生技專業知識及市場未成熟之前，民間對生投產業的投資較為保守。故以政府做為國家種子基金

之角色，對於具產品技術潛力之初創公司進行投資，應可協助新興生技產業之發展。

### 1. 行政院國發基金

農業生物科技由於為投資風險較高的產業，故其籌措資金較為不易，且在過去對於生物科技的投資均是以個人股東所占的比重最高，顯示農企業資金需求的來源仍須有政府的協助。近年來，我國對於生物技術的發展與應用上多有重視，並期透過農企業產業化的商業經營模式提升我國農業競爭力。因此，政府對於農業生技產業的輔助措施更成為外界投資的一項重要指標。即若行政院國發基金能夠配合農業生技產業的發展並適時提供所需資金。除了可以減少投資風險，亦可以吸引更多的資金對於我國農企業的投資，進一步創造兩者雙贏的機會。

### 2. 政府對於農產業資金挹注來源

我國行政院農業金融局的成立乃以建構完整且安全之農業金融體系為宗旨，負責農業金融機構之監理及政策性農業專案貸款之規劃推動等事宜。目前農業金融輔導體系乃以農業金融局、全國農業金庫及農業信用保證基金構成的農業金融三角體系，農漁會信用部逾期放款比率從2004年1月底的17.71%，持續積極改善至2008年6月底的5.79%；政策性農業專案貸款受益戶由2萬餘戶增加為19萬餘戶，貸放餘額由161億元增加為1,067億元。顯示經由農業金融體系對農戶/農企業資金挹注之來源有增加的趨勢，即農企業資對於資金的需求亦可透過政府的貸款或是基金的輔助，進而促進我國生物技術產業的發展。

在生物技術產業的發展上，政府及主管機關亦扮演相當重要的

角色，尤其在農產業轉型以生物技術為發展主軸的利基考量下，農企業能夠獲取政府資金的提供亦成為外部投資者的觀察重點，且政府較可以不計報酬率的扶植產業並促進產業的升級，更可以使得農企業的生物技術研發風險大幅減低。過去我國曾有許多的農業主管機關提供相當的農業資金政策，除可以幫助除個體農業戶外，亦可協助與輔助農企業機構的發展(表4-3-1)。因此，在提升我國農業生物技術全球競爭力的當下，政府資金的提供已成為農企業資金提供的主要來源之一。

表 4-3-1 我國政府相關農業貸款、基金與優惠措施

單位	歸屬主管單位	功能/內容
財團法人農業信用保證基金	財政部(1983/9/27) 行政院金融監督管理委員會(2004/7/1) 行政院農業委員會(2006/1/1)	農業發展條例第 57 條「為協助農民取得農業經營所需資金，政府應建立農業信用保證制度，並予獎勵或補助。」及農業金融法第 9 條「農業金融機構對農業用途之放款，應優先承作；對擔保能力不足之農民或農業企業機構，應協助送請農業信用保證機構保證。」
低利政策性農業專案貸款	行政院農業委員會	農業發展基金貸款辦理農機、農民購買耕地等 13 項貸款，貸款總額度為 400 億元，貸款利率多數為年息 2%，最低為年息 1.5%，貸款期限資本支出部分最長 20 年，並可酌訂寬緩期。
農業發展基金-農業科技創業投資計畫	行政院農業委員會	為扶植國內農業企業蓬勃發展，提升國內農業企業競爭力，促進產業轉型與升級，依據「農業發展條例」暨「農業發展基金收支保管及運用辦法」規定，於農業發展基金下成立規模 100 億元之「農業科技創業投資計畫」，期發揮投資功能，以增強農業研發活力、鼓勵青年農民創業與農企業擴大經營規模，藉由政府參與投資，提升

		國家農業科技產業競爭力*。
中美基金促進農產加工經營企業化貸款	行政院農業委員會	發展農產加工業，提升產業競爭力，提供改善加工、運銷設施(備)及週轉金等資金需求
農業發展基金-農業科技園區進駐業者優惠貸款要點	行政院農業委員會	為發展農業科技，營造農業科技產業群聚，促進農業產業轉型，並鼓勵業者進駐農業科技園區投資，特訂定相關貸款優惠措施，並將農業科技園區分為中央政府主導型與地方政府主導型。

\*創投計畫投資範圍為從事農、林、漁、牧產業新品種、新技術、新產品、技術服務及其他農業科學技術之試驗研究改良與開發創新之股份有限公司。申請對象為依公司法成立之公司，且其實收資本額達 5 千萬元者，但為鼓勵廠商進駐行政院農業委員會所輔導之農業生技園區，進駐之廠商其實收資本額之要求為 3 千萬元。該創投計畫參與投資之比率，以官股(本創投計畫及其他政府機關)占被投資事業股權比率合計不超過百分之 49 為限，且除有特殊情形外，政府不得擔任該事業最大投資人。政府投資單一公司之投資金額以新台幣 1 億元為上限。

資料來源：行政院農業委員會科技處

另須注意者，一向為指標性農業產業之農業生技產業，因列入「台灣生技起飛鑽石行動方案」與「精緻農業健康卓越方案」二項新興產業之發展重點。為促成農業生技園區與聚落儘速成型，行政院農業委員會（農委會）與台南縣政府分別在屏東、台南設立屏東農業生物科技（農科）園區及台灣蘭花生物科技園區，以帶動周邊產業發展與提供就業機會。蘭花園區提供多項優惠及協助措施，包括長期低利融資（期限15年，利率1.5%）、進駐園區行政作業單一窗口服務、出口檢驗與園區檢疫服務、品種與技術之智慧財產登記與保護協助、農業試驗單位之植物病蟲害防治與技術服務、產學合作及研發補助等。

## （二）銀行授信與農業信用保證機制

在我國銀行授信體系中，對於農企業發展資金需求的供給，主要可以來自政府投資銀行與一般商業銀行或金融集團體系，以下針

對全國農業金庫、工業銀行以及一般商業銀行之授信機制，分析對於農企業可提供之資金來源。

### 1. 全國農業金庫

2002年11月30日我國政府因重視農、漁會界意見，且為使我國農業金融體系更加健全，進而召開「全國農業金融會議」，會後達成共識應成立農業金庫。嗣後「農業金融法」的三讀通過與「農業金融局」的成立及相關農業金融法規制定後，由政府出資49%與各級農、漁會共同出資51%，且全國農業金庫於2005年5月26日正式成立與營運。其主要目的乃在建構農業金融體系，輔導並協助農會、漁會信用部事業發展，辦理農、林、漁、牧融資及穩定農業金融，促進農業經濟發展。其依據農業金融法第22條及第23條的規定，其作業範圍包含：(1)辦理重大農業建設融資與政府農業專案融資、(2)辦理配合農、漁業政策之農、林、漁、牧融資、(3)辦理「銀行法」第71條各款(一般商業銀行可辦理之業務)所列業務、(4)收受農、漁會信用部餘裕資金轉存款及資金融通、(5)辦理輔導農、漁會信用部業務及財務查核、(6)辦理農、漁會信用部金融評估、績效評鑑及資訊共同利用及(7)其他經中央主管機關會商銀行法主管機關及其他有關機關核准辦理之業務。我國農業金融現行體制，可參照圖4-3-2。



## 2. 工業銀行

我國台灣工業銀行其服務包含商業銀行、票券、證券經紀、承銷、債券、期貨、投信、投顧以及創投等事業，已形成為一家金融集團。對於企業發展過程提供創投資金挹注、輔導初次上市櫃、銀行貸款融資、商業本票發行與承銷、發行公司債及可轉債、利匯率避險、資產證券化、財務顧問、專案融資、資產管理等服務。其中工業銀行旗下之波士頓生技創投基金，即提供了規模新台幣20億元且投資於生命科學產業之創投基金，並有20%投資於台灣企業，包含新藥開發、藥物試驗與製造、保健食品、醫用器材等產業，近來並積極拓展投資領域至農業生技、生質能源、生醫材料、數位醫療與整合服務等相關新興產業。另外其配合行政院相關優惠貸款政策，亦可以提供農企業必要的資金以加強其產業結構的改善，提升相關農業生物產品研發技術。

## 3. 一般商業銀行

一般商業銀行為配合相關開發基金所提供之專案貸款政策，亦提供農企業相關資金之貸放與授信。另外，為因應我國加入世界貿易組織之衝擊，農(漁)業需調整產業結構並提升其經營效能。我國行政院金融監督管理委員會與行政院農業委員會共同推動農業放款方案。其中除全國農業金庫及設有信用部之農(漁)會外，亦讓其他銀行得以進行對於政策性農業專業貸款與一般性農業貸款之放款。因此，我國一般商業銀行亦成為我國農企業資向政府獲取資金供給的方式之一。

### (三) 創投資金

陳章真(2003)指出我國創投公司普遍缺乏瞭解農業生技的專業

人才，且創投公司通常著眼於所投資公司未來能否獲利與上市櫃，亦而造成農業生技公司較難取得創投資金。且農企業常無專業企劃人才，亦無法撰寫產品開發技術、財報分析、行銷策略及未來預期成果之企劃書，因而無法吸引創投公司。

由於農企業利用其「資產」在對於其銀行抵押借款時，常會因擔保抵押品的物權與抵押乘數過低，進而導致銀行較不易貸款給農企業，因此農業信用保證機制的設計即可以提供另一種管道給予農企業發展的機會。但由於農企業的未來不確定性相較於一般的科技產業(例如：電子科技產業)來的高，其花費成本後所能帶來的利益是否可以提高公司企業的獲利能力與績效，更進一步增加農企業的企業價值，更是值得省思的問題。

因此，銀行業對於農企業之貸款常常若非在政府農業政策的支持或國家發展計劃基金的資金供給之下，其能夠由銀行抵押借款而獲得資金實屬不易，且過去農業信用保證機制也由於農企業的發展利基不足下而有呆帳的情況發生。故未來對於農企業資產之抵押與鑑價應有一套標準化的完整模式，以較精確的方式評估農企業資產的價值，以提高其在銀行抵押的乘數。而在農業信用保證機制部分，應考量如何確保能夠公平的分配農信保基金的資源。

此外，農企業則可透過發行股票的上市、上櫃方式，而經由外募資金獲取市場中投資人的投資資金，亦呼應本研究結果認為「上市、上櫃」是農企業提升其資金供給的觸媒，為提升公司核心能力的主要因子。過去我農企業均是以中小企業為主軸，由於其財務資訊、公司治理與內部控制情況均為較外部市場投資人所無法窺探的。若農企業能夠經由「上市、上櫃」的方式來獲取市場資金，除

了需達到上市(櫃)之法定條件外，由於其財務報表資訊應揭露給投資大眾及外部資訊使用者，除了可以吸引投資人投資外，亦可以讓銀行清楚瞭解公司的整體情況，進而提高農企業借款的能力。

最後，若要促進我國農業產業之升級，以及精緻農業之發展更形順暢，政府主管機關(例如：行政院農業委員會)更需扮演供給者及管理與監督之重要角色。對於我國農企業的扶植中，透過(1)提供專案貸款低利資金、(2)農業輔導措施的推廣、(3)農企業籌資模式的創新、(4)策略性農業政策的施行與(5)法制規範的配套，亦才是能夠幫助我國農企業在未來的發展與轉型上有相當大的助益。若能透過相關措施的應用，想必農企業應能夠吸引更多資金的投資，進而能夠促進我國農產業發展的完整性與國際的競爭力。

#### 第四節 小結

台灣自 1980 年代後，在政府策略性導引下投入大量資源發展資訊、半導體、通訊及面板等產業，在全世界科技產業取得關鍵性地位，但是因為台灣科技產業為外銷導向，易受國際景氣波動影響，以 2008 年美國金融海嘯爆發並擴大蔓延、歐美主要國家經濟衰退為例，即造成我國科技產業出口嚴重萎縮，企業裁員、實施無薪假造成大量失業等問題，顯示台灣產業過度集中的風險，產業結構亟需進行調整。在台灣既有兩兆雙星及資訊產業的基礎上，並因應未來節能減碳、人口老化、創意經濟興起等世界趨勢，政府選定生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護及文化創意等六大產業，從多元化、品牌化、關鍵技術取得等面向，由政府帶頭投入更多資源，並輔導及吸引民間投資，以擴大產業

規模、提升產值及提高附加價值，在維持我國經濟持續成長的同時，亦能兼顧國民的生活品質。目前六大新興產業發展策略、細部計畫已陸續完成規劃，初步估計自 2009~2012 年間政府投入經費超過 2,000 億元，未來將定期檢討執行進度，以達成預期效益，期能為台灣帶來改變，厚植國家整體競爭力。

關於精緻農業之推動，由於我國農企業乃以中小企業型態為主體，一般的資金來源除了農企業的大額信貸借款或投資資金外，小規模的農企業則會偏向需求低率農業貸款與農業信用保證機制的金融資金來源。質言之，新興企業之資金來源當中，除了內部資金、創投資金之外，金融機構融資來源亦占據相當大的重要性。然而，過往研究亦普遍指出新興階段的中小企業較難取得金融機構融資，因此，縮減新創事業與金融機構之間的資訊不對稱，以提高金融機構提供融資之意願，對於發展新興產業實有莫大助益。

此外，探究農企業資金需求的資本市場來源部份，自以「上市」的方式進入投資人數最多、交易量最大的股票集中交易市場最理想；如果力有未逮，則退而求其次的以「上櫃」方式進入櫃檯買賣中心；等而下之的是「未上市」股票，只能在沒有法律保障之情況下，私底下由證券商甚至私人間進行交易。所以，未來倘若能訴諸資本市場之籌資，對於中小型農企業之扶植具有相當助益，且再透過政府投資或優惠措施的執行，必能吸引更多資金的投資，以促進農產業的發展更佳完善，且具備充足資金進行研發、生產與行銷，進一步提升我國農產業的競爭力<sup>19</sup>。

然而，台灣農企業營運規模相對較小，主要原因為農企業多為農戶或產銷班轉型，原始股東出資額通常較低，造成一般農企業資產負債表

---

<sup>19</sup> 目前行政院農業委員會研議農企業進入資本市場之評估分析，以拓展農企業之籌資管道。

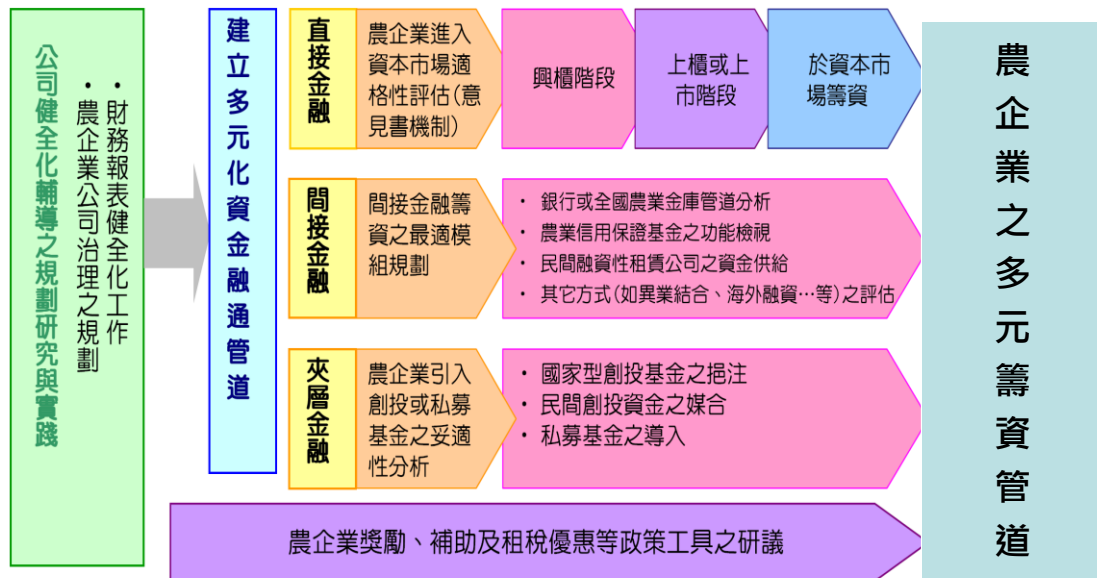
中股東權益有偏低的情況。依財務理論來說，股東為企業盈虧最終的承擔者，若股東出資意願不高，將造成企業風險承受度低。如此一來，金融體系中其他單位，像農信保、農會與農業金庫等間接金融單位提供融通資金的意願將大幅降低。

此外，農企業營運內容缺乏標準化與產業化，亦是造成金融機構融通意願低落的重要原因。台灣農企業雖然生產品質不差，但長期以來因為農地產權分散，農戶經營規模不大，甚難產生規模經濟，造成經營內容缺乏標準化並進一步形成產業鏈與產業聚落，造成金融機構評估農企業擔保品價值時，遭遇極大阻礙。

過去政府為扶植農企業營運、永續經營，經常以政策性補貼或優惠貸款(實質補貼)的方式，讓農會與農業金融機構提供金融資源給農企業。此種補貼方式，短期內確實可以解決農企業資金週轉的問題；但長期來說，則會形成道德風險，造成違約率、倒帳率居高不下。此道德風險亦將造成農會、農業金庫不願意輕易貸款給農企業，而政府為落實農業政策，便依農業金融法規定，寄望改以農信保基金擔保作為提供金融資源的供給者。但政府透過上述(實質)補貼的作為，除了無法解決道德風險的問題外，還將導致金融資源損耗，政府每年都須編列預算承擔農業金融部門的放款損失，終將使得農業金融部門放款條件趨向保守，對於農企業的永續發展將造成負面效果。目前台灣農企業的經營方式並未標準化、技術化，對於永續經營的企業來說，將成為發展的絆腳石。

總結而言，目前以農企業為主體的我國精緻農業產業，其籌資管道已有呈現多元化之發展雛型(如圖 4-3-3)。對於較具規模的農企業者而言，其公司治理之規劃以及財務報表健全化之工作乃為首要，因為這是促使企業形成良好體質，並獲得投資者青睞之要項；而對於規模較小之

農企業或個人，則結合金融機構(含農業信用合作社以及一般商業銀行)以扶助性質的優惠貸款為主，以補貼方式協助其成長，其後即可按企業之需求依不同發展流程進行規劃。



資料來源：行政院農業委員會(2011)

圖 4-3-3 多元化籌資管道示意圖

## 第五章 我國推動文化創意產業以及精緻農業產業應有的金融配合

新興產業的發展，關係我國未來長期的經濟表現，政府應該積極推動，具有公益性質的銀行亦不應置身事外。然而銀行有不同的種類，各有不同的經營性格，因此面對新興產業的發展，參與的方式以及相應的金融配合應該容許有其差異。綜合而言，在文創產業部分，強化信用保證機制所扮演之功能、建立夾層融資或誘因型融資模式，以及無形資產鑑價機制的發展與建立等事項，對於文創融資扮演著重要的角色。而在精緻農業部份，除了我國原有的農業金融體系對於農民與農戶的協助外，農企業的角色定位及其在產業發展過程中所扮演的重要角色，也須受到重視，同時這也是銀行業或是大型金融機構欲協助農業發展時的切入面向。

基於上述認知，本章擬從新興產業的歷史意涵與重要性、銀行業與金融機構配合推動文創產業以及精緻農業產業發展應有的配套，以及對於主管機關的政策建議等面向加以討論之。

### 第一節 推動新興產業融資之重要性

新興產業的概念，反應各國面對全球氣候變遷、人口結構不平衡發展、知識經濟改寫經濟秩序的無奈與焦慮，期待藉以延續其經濟發展命脈；然而未來具有高度的不確定性，各國各有不同的資源與策略，新興產業的發展願景能否實現，需要許多的前提、配套與執行努力才得竟其功。同時新興產業的推動，關係整個國家未來長期的經濟發展，其重要性不言而喻。新興產業的前途在於持續的創新，持續的創新既需要努

力，也需要機遇。歷史的機遇，部分操之在己，然而繫之外在的因素亦然不少。我國想發展的新興產業，比我們先進的國家也不想缺席，與我們長期競爭的對手國更是志在必得。願景的描繪並不困難，困難的是透過適當的制度變革，並將經濟與金融資源導向對的方向或途徑移動。

新興產業的推動就是這樣一種充滿不確定性的制度變革過程，透過遊戲規則的改變，經濟組織會有所因應。遊戲規則包括機會與誘因，也包括不確定性與風險。新興產業偏高的不確定性與風險，會使經濟組織怯步不前，在此種情況下政府自然應該積極介入。政府積極介入，可以考慮利用既有的通路或管道，也可以另起爐灶另闢新徑。

為推動新興產業，行政院目前已通過各種計畫方案，產業創新條例的通過施行，政府推動新興產業的工具更為齊備。就金融政策工具而言，可以考慮的方案包括銀行體系以及相關信用增強工具的推動，也可以考慮藉由創業投資或資本市場的管道。如何選擇，其本身亦涉及財產權的結構變化，比如無形資產價值認定等產權相關問題。

一般而言，由私部門自主推動的制度改變或創新較不容易，成就也往往相對有限。反之，由政府主導的制度改變或創新，有政府的公權力或強制力量驅動並作為後盾，在調和公私利益差距上具有一定優勢，在財產權的建立上更有其無可替代的功能與作用。然而政府力量可以載舟亦可以覆舟，若未受到適度的節制或制約，政府易為少數利益集團所把持，往往又成為破壞財產權的根源。

## 第二節 文化創意產業應有之金融配合

基於前述討論，有關文創產業之金融配合在此處我們特別著墨於夾

層(誘因型)融資的說明，以及和文創產業發展息息相關的無形資產之評估以及鑑價系統的建立等。

## 一、 誘因型融資

### (一) 誘因型融資之重要性與內涵

目前商業銀行辦理融資業務，幾乎是以具抵押品的業務為主，主要是由於商業銀行為接受一般大眾存款，擔負著大眾資金保全的責任，在授信過程中，必須先做徵信，一般會要求抵押品，或有其他資料佐證其信用之紮實性。根據銀行法第 71 條規定，商業銀行經營下列業務：

- (1)收受支票存款；
- (2)收受活期存款；
- (3)收受定期存款；
- (4)發行金融債券；
- (5)辦理短期、中期及長期放款；
- (6)辦理票據貼現；
- (7)投資公債、短期票券、公司債券、金融債券及公司股票；
- (8)辦理國內外匯兌；
- (9)辦理商業匯兌之承兌；
- (10)簽發國內外信用狀；
- (11)保證發行公司債券；
- (12)辦理國內外保證業務；
- (13)代理收付款項；
- (14)代銷公債、國庫券、公司債券及公司股票；
- (15)辦理與前十四款業務有關之倉庫、保管及代理服務業務；
- (16)經主管機關核准辦理之其他有關業務。

然而，政府現行積極推動的新興產業特別是新創事業，卻是難以取得金融機構的融資。學理上，銀行從事貸放時本來即可視借款人的信用狀況或風險進行定價，而且傳統上這種風險貼水，多係在貸款契約存續期間內分次或一次履行償還義務。然而對缺乏擔保品的新興產業而言，一旦銀行採取這種定價策略，除非未將風險充分反映，否則充分反應風險之放款利率訂價無疑會增加借款者的資金成本負擔，讓企業經營風險無形中又隨之增加。

就金融契約設計而言，資金提供者的報酬是否必然一定全部需在契約存續期間內完全履踐，如果為兼顧資金需求者的負擔能力，將償還義務分成兩階段履行的模式，即部分的貸款報酬係在契約存續期間內履行，另有部分則約定或協議延後至契約屆滿之一定期間內視情況履行，且履行方式除現金給付外更擴及認股選擇權等。則此種作法既足以反映銀行所承擔之風險，提高其承作誘因，再者又兼顧資金需求者的成本負擔能力，此一思維實即誘因型融資之原理。

所謂的誘因型融資契約(Incentive-Based Financing Contract, IBFC)，為在傳統負債融資契約與股權投資之間，提供一項新的融資方式。誘因型融資契約的設計，在貸款初期階段僅要求一較低的利率，而在一定期間之後則可要求分享企業成功後之某一定比例的盈餘或者將借款額度轉成該公司一定比率的股權。該設計可以讓企業避免因資金短缺或高利率負擔，阻礙正常經營與成長，而銀行則因承擔了信用風險，可以在企業的獲利步入正軌後，得到風險溢酬的彌補。此契約將可使金融機構更有意願與能力提供更多的長期資金給企業，改善財務結構。再者，誘因型融資契約可藉由未來盈餘分享或股權參與的誘因，讓金融機構積極輔導企業建立會計與財務管

理制度，提供可信賴的財務報表，降低彼此間資訊不對稱的現象。

若一般銀行要實施誘因型融資契約，選擇股權參與時，在配合政府經濟發展計畫，自申請書件送達之次日起三十日內，未表示反對者，視為核准，但投資額度有所限制（銀行法第七十四條，如表 5-2-1）。誘因型融資契約有三種風險彌補的方式，包括：現金、股份轉換權或附認股權（後兩者稱為股權參與方式），而彌補契約可與借款契約分離，增加此一契約的可行性。若以現金彌補方式，由於沒有涉及未來股權轉讓或認，應較無法規限制。再者，以股份轉換權或附認股權方式，借款對象可以是未上市櫃公司，銀行可與創業者、工業銀行合作，留下傳統放款的部分，將股份轉換權或附認股權轉售給創業者、工業銀行，因而不受銀行法第 74 條銀行投資非金融業之股權上限的規定。

表 5-2-1 商業銀行投資相關規定(銀行法第 74 條)

投資對象	投資股權限制
商業銀行得向主管機關申請投資於 <u>金融相關事業</u> 。主管機關自申請書件送達之次日起十五日內，未表示反對者，視為已核准。但於前揭期間內，銀行不得進行所申請之投資行為。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 投資總額不得超過投資時銀行實收資本總額扣除累積虧損之百分之四十，其中投資非金融相關事業之總額不得超過投資時銀行實收資本總額扣除累積虧損之百分之十。</li> <li>2. 商業銀行投資金融相關事業，其屬同一業別者，除配合政府政策，經主管機關核准者外，以一家為限。</li> <li>3. 商業銀行投資非金融相關事業，對每一事業之投資金額不得超過該被投資事業實收資本總額或已發行股份總數之百分之五。</li> </ol>
商業銀行為配合政府經濟發展計畫，經主管機關核准者，得投資於 <u>非金融相關事業</u> 。但不得參與該相關事業之經營。主管機關自申請書件送達之次日起三十日內，未表示反對	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. 所稱金融相關事業，指銀行、票券、證券、期貨、信用卡、融資性租賃、保險、信託事業及其他經主管機關認定之金融相關事業。</li> <li>5. 為利銀行與被投資事業之合併監督管理，並防止銀行與被投資事業間之利益衝突，確保</li> </ol>

<p>者，視為已核准。但於前揭期間內，銀行不得進行所申請之投資行為。</p>	<p>銀行之健全經營，銀行以投資為跨業經營方式應遵守之事項，由主管機關另定之。</p> <p>6. 被投資事業之經營，有顯著危及銀行健全經營之虞者，主管機關得命銀行於一定期間內處分所持有該被投資事業之股份。</p>
--	---

資料來源：本研究彙整

## (二) 誘因型融資施行之問題

根據銀行法第 91 條規定，工業銀行為供給工業信用之專業銀行，除了以供給工、礦、交通及其他公用事業所需中長期信用辦理放款之外，工業銀行得直接投資生產事業，其提供了誘因型融資契約實際的應用機會。目前工業銀行已從事了數年的誘因型融資，國外很多投資銀行也行之有年，但是在商業銀行部分，須由主關機關同意方可操作。亦即商業銀行雖有銀行法第 74 條的法源依據，得經主管機關核准，投資於非金融相關事業。

但金管會至今不樂見銀行業進行太多的轉投資非金融業對象，要求銀行嚴格遵守「產」「金」分離的界線，因此誘因型融資契約雖已討論多時，但尚未能廣泛推動，據了解，目前尚無商業銀行通過核准直接投資一般事業之案例。

事實上，若干專業銀行如台灣工業銀行等目前已有誘因型融資的承作，為實務上銀行法第 32 條規定：「銀行不得對其持有實收資本額百分之三以上企業，...，為無擔保授信，...」，以及第 33 稱：「銀行對其持有實收資本額百分之五以上之企業，...，為擔保授信，應有十足擔保，其條件不得優於其他同類授信對象...」等限制，乃至對企業同時進行投融資時，是否牽涉內線交易等，亦常成為困擾業者的問題。為提高銀行業者積極參與新興產業的資金融通工作，金

管當局或可將規範斟酌調整之。

此外，誘因型融資契約是希望在傳統負債契約與權益投資之間，提供一項新的融資管道。此一契約可同時適用至銀行、創投公司與信用保證基金，例如：以中小企業而言，信用保證基金由於代位清償金額急劇增加，損害其淨值，進而限制其承保額度與保證成數。若採行誘因型融資契約，可藉由經保證而成功的企業獲得回饋，增加其保證能量。銀行可能因債權安全性與逾期放款比率增加的壓力，減弱其對中小企業貸款的能力與過度重視擔保品。若採行誘因型融資契約，銀行可藉由經貸款與輔導成功的企業獲得較高的報酬，降低銀行對擔保品的重視程度。創投公司則可透過此一契約來強化中小企業對於股權投資意願。

換句話說，過去金融機構重視擔保問題，誘因型融資契約的設計可促使銀行以企業的未來獲利性與成長機會，作為貸款重要的考量，藉由金融機構未來可參與企業的盈餘分享、股權參與等誘因，讓企業能順利取得金融機構的放款。

## 二、無形資產融資

### (一) 無形資產融資之重要性與內涵

過去以製造業為主的產業發展時期，無形資產的價值較不受重視；邁入以知識及創意為核心的知識經濟時代後，隨著產業轉型，無形資產已為企業重要資產。無形資產一般定義為企業所擁有(可控制)、具有未來經濟效益，無實體形式之非貨幣性資產；簡言之，任何無實際形式但可創造價值者可稱為無形資產；惟實務上，無形資產必須附著在商品或行為才會產生價值，單獨使用無法產生效益及作用。再者，無形資產之鑑價時點，通常使用於財務報告、投資及

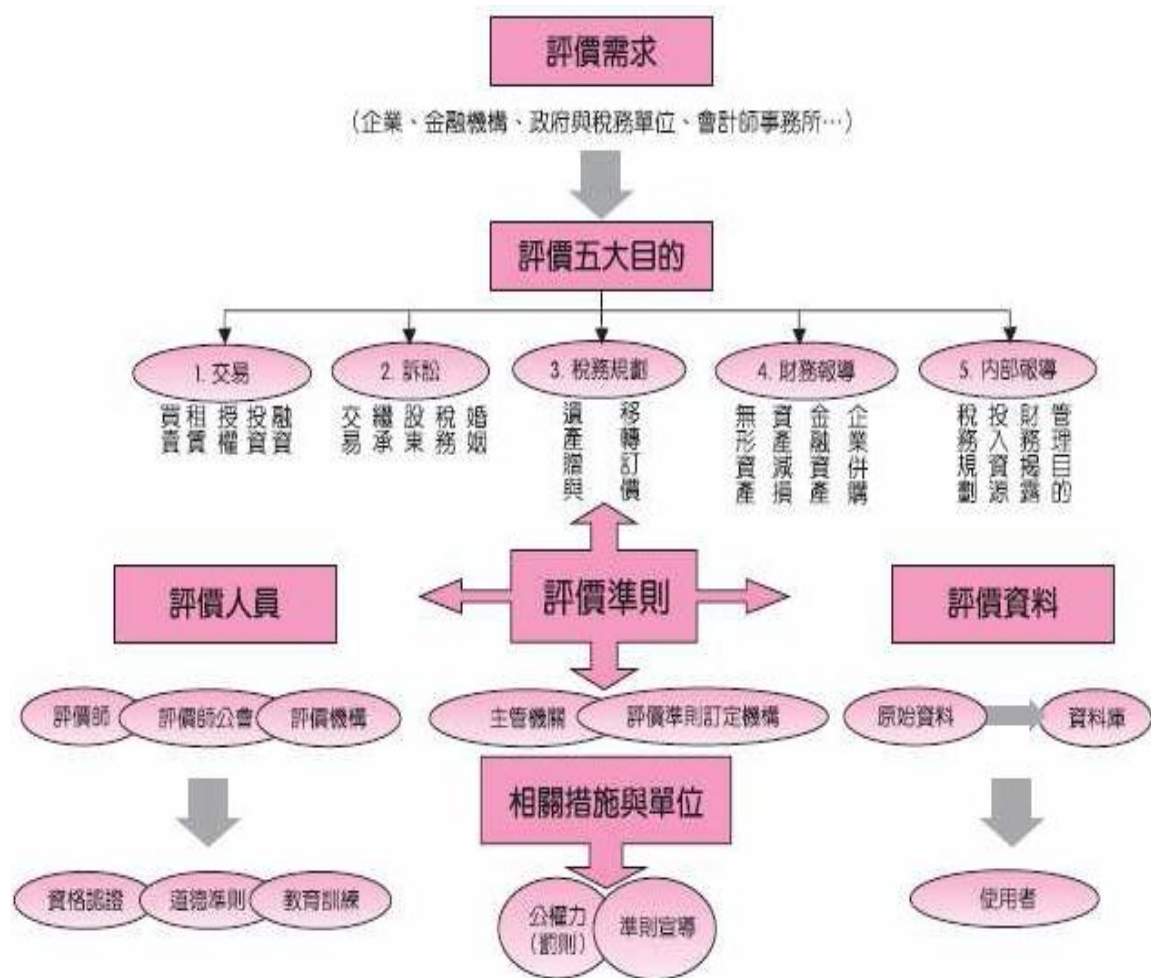
購併；在國外常用於技術作價入股、公司購併、稅務、會計及訴訟等，其價值的估算來自評估標的物未來可能產生的收益及風險等，模式與創投類似。

目前全世界無形資產在許多產業領域中有相當程度的增長，如電子科技業、生技醫療業、數位軟體業、文化創意產業等，無形資產佔整體公司資本的比例愈形重要。不過，無形資產的融資能力尚未能充分發揮。無形資產融資要能完整發展，將有賴於基礎建設技術與體系之建構，包括相關法律制度之建立，金融業的認知，以及資本市場採行的估算方法。無形融資方法若能有充分發展，將有助於企業進一步的商業成長與創新。以銀行角度，一直以來對於辦理融資業務均採保守穩健的立場，由於銀行的資金來源以大眾之存款為主，資金的運用必須於存款人權益獲得保障之範圍內，相對其他金融相關事業受到政府監管的強度最高；因此，銀行對辦理無形資產融資之看法，普遍認為風險過高而無意願承作。

根據商業會計處理準則第 19 條，「無形資產」係指無實體存在而具經濟價值之資產，另依據商業會計法第 50 條第 1 項對無形資產之分類，可分為商譽、商標權、專利權、著作權、特許權及其他無形資產。廣義來說，銀行辦理智慧財產權融資的範圍可涵蓋上述各項權利或資產，狹義而言，所謂智慧財產權融資是侷限於以商標權、專利權、著作權、電腦軟體為擔保之融資。有關我國目前無形資產評價人員的培訓，經濟部整合跨部會資源推動「國家智財戰略綱領(草案)」之策略重點「協助企業獲取智慧財產創造運用所需資金」—跨部會合作培訓評價報告執行者及使用者之專業人員。而「產業創新條例」第 13 條第 1 項第 3 款規定中央目的事業主管機關應培訓評價

人員。另依據財務會計準則公報第 25 號「企業合併—購買法之會計處理」、第 35 號「資產減損之會計處理」及第 37 號「無形資產之會計處理準則」，應辨認(無形)資產之公允價值；金管會委託中華民國會計研究發展基金會訂定評價準則公報，已公布第 1 至第 6 號公報。金管會規定上市櫃公司在 2012 年開始必須編製符合 IFRS (International Financial Reporting Standards) 之財務報表-要求對資產之公允價值衡量；無形資產評價準則公報已公布至第 6 號，第 7 號「無形資產評價準則」草案刻正訂定中(圖 5-2-1)。此處所稱之「無形資產」，將參酌第 7 號評價準則公報「無形資產評價準則」草案及第 37 號財務會計準則「無形資產之會計處理準則」等之定義。有關美國、日本及韓國智慧財產權融資做法比較如表 5-2-2 所示。

過去，智慧財產權的價值是在相互訴訟，用來掣肘競爭對手的發展，現在則走向「藍海策略」，企業若能掌握新產品的核心專利，在進行授權時更能創造可觀的獲利。智慧財產不但能因商品化而產生效益，也可以作為獨立商品進行交易衍生效益。



資料來源：「會計研究月刊」，第 267 期

圖 5-2-1 評價準則相關概念

表 5-2-2 美國、日本及韓國智慧財產權融資做法比較

	美國	日本	韓國
政府金融協助	對中小企業的協助，如小行竊業投資法(SBI)案等提供補助	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 政府金融機構提供計劃融資；</li> <li>2. 債務保證及購買公司債及修訂資產證券化相關法令；</li> <li>3. 日本信用保證協會：提供中小企業融資信用保證。</li> </ol>	<p>韓國民間技術信用保證基金(KOTEC)：以中小企業及風險事業為重，提供全盤性服務，包括信用保證、技術鑑價、技術代理和管理，甚至直接投資。韓國產業技術評價院(ITEP)：對擔保能力不足之中小企業，將透過智慧財產權當做擔保做技術擔保。</p>
金融機構融資做法	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 金融體制健全自可發揮市場機制；</li> <li>2. 創投事業扮演重要角色；</li> <li>3. 金融商品多樣化(附帶股權融資、技術附委託契約帳戶、知識產權租賃等)。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 無形資產融資仍依賴政府協助，包括政府金融機構、產業基盤整備基金。</li> <li>2. 民間金融機構開始發展智慧財產權擔保融資、金融資產證券化等新方式。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 由政府設立的國家銀行、投資公司、創投基金、技保基金等金融機構進行融資；</li> <li>2. 鼓勵創投發展公營的金融機構、鑑價機構與技術保證機構相連，融資效率高；</li> <li>3. 公司體制內亦積極引進新金融商品。</li> </ol>
鑑價機制	獨立之專業鑑價公司。	可由律師、會計師、創投基金或融資保證機構做鑑價。	由政府及民間組成，官方機構有韓國科技評價計畫院(KISTEP)，KOTEC之技術鑑價中心，以及韓國技術移轉中心(KTTC)。

無形資產交易機制	民間已建立無形資產交易市場或平台，同時也發展周邊所需服務產業，如新的智財管理產業。	已建立智慧財產權之交易市場和交易電腦資料庫。	韓國智產權交易市場，以韓國技術移轉中心(KTTC)為重，上有許多公民營的技術仲介或技術移轉機構。
----------	---	------------------------	--

資料來源：經濟部(2002)、吳書明(2004)

## (二) 無形資產評價之建立與挑戰

「2010 年全國工業總會白皮書」產業議題中，有關討論「建請適度整併規劃中小企業財務融通各項措施，加強宣導各項資金協助方案，有效解決中小企業資金融通問題」之議題，建議：為能提高創新或新創中小企業經營資金籌措能力，建議落實中小企業智財鑑價機制，加強智財融通輔導，協助中小企業生存發展。

有鑑於此，金管會已委託中華民國會計研究發展基金會訂定無形資產會計評價準則等評估方法，各產業主管機關可各依其專業提供協助，建置可行之評價架構。另現階段無形資產仍可作為貸款之副擔保品，且企業亦可以計畫型融資、政府輔導之專案融資、信用保證基金提供保證等方式取得資金。此外，金管會亦請銀行公會辦理估價應如何反映無形資產交易價值，續洽各產業主管機關及中研院、工研院等技術專業機構，研究其可行性。

無形資產融資要能完整發展，將有賴於基礎建設技術與體系之建構，包括相關法律制度之建立、金融業的認知，以及資本市場採行的估算方法。銀行業一直以來對於辦理融資業務均採保守穩健的

立場，由於銀行的資金來源以大眾之存款為主，資金的運用必須於存款人權益獲得保障之範圍內，相對其他金融相關事業受到政府監管的強度最高；因此，銀行對辦理無形資產融資之看法，普遍認為風險過高而無意願承作。就銀行業的無形資產融資而言，由於目前銀行辦理授信業務仍須考量授信面因素，如授信 5P。銀行以授信 5P 作為銀行辦理無形資產融資業務之考量因素時，個別因素之比重與辦理一般企業融資業務有所不同，其中「借款戶」、「資金用途」、「還款來源」之比重降低，「債權保障」及「未來展望」之比重增加。

然而多數智慧財產權一方面礙於現行會計原則之限制，或缺乏實際交易價格，並未於資產負債表上揭露，使其公平價值難以客觀衡量，且資產處分之困難度高於實體資產，導致銀行在提供融資上有窒礙難行之處。

此外在無形資產評價人員的專業能力部分，也需要有相應之規劃。由於評價涉及許多估計與假設，小至折現率、資本化率等數字之決定，大至評價方法之選擇、價值前提之假設等，皆對最後產出之價值結論產生重大影響，評價仍由使用者自行認定，因此如何建立評價資料庫除對執行評價人員有可參考之依據與方法，對於評價之客觀性也會產生很大的影響，這也是目前我國無形資產鑑價制度欲落實的主要考驗。

### **(三) 銀行公會對於辦理無形資產融資之主要障礙的說明**

#### **1. 缺乏具公信力之鑑價機制，銀行無法評估無形資產之擔保價值**

依據產業創新條例第13條規定，為協助企業呈現無形資產價值，各中央目的事業主管機關(下稱各產業主管機關)應邀集產、官、學代表辦理訂定評價服務基準、建立評價資料庫、培訓評價人員、

建立評價示範案例及辦理評價推廣應用活動等事項。目前會計研究發展基金會已發布國內評價準則公報，作為各產業主管機關依上揭規定訂定評價標準之基本架構，惟各類無形資產性質與範疇差異甚大，涉及不同之技術、產業、法務及市場等專業，爰其鑑價除無一定模式可循，商品化過程亦充滿不確定性外，並僅能反映會計帳面價值，與銀行著重資產之市場交易價格不同，致銀行無法有效控管授信風險。

## **2. 缺乏活絡之交易市場，銀行無法處分無形資產擔保品求償**

依據產業創新條例第15條規定，為提升智慧財產流通運用效率，各產業主管機關得建立資訊服務系統，提供智慧財產之流通資訊；提供智慧財產加值及組合之資訊；辦理智慧財產推廣及行銷相關活動；及辦理產業運用智慧財產之融資輔導等工作，以建置完整之無形資產市場機能。惟我國目前尚缺乏活絡之技術交易市場，且仍以「作為交易訊息揭露窗口為主，並以促進創新技術落實為目的」，對於技術交易之介入、媒合仍不夠深入，致銀行難以經由法院或公開交易市場行使質權以進行求償。為利銀行控管授信風險，應提升國內技術交易市場之媒合功能，如設置智慧財產權拍賣市場，並可加強與各國之技術交易機構進行策略聯盟，擴大可交易技術之資源及規模，以強化無形資產之變現機制。

## **3. 缺乏完善之公示登記制度，無法被留置處分，不利銀行債權保全**

無形資產鑑價與管理涉及各產業主管機關，惟目前相關權利之行使、設定負擔及處分等，尚未建立一致性之質權登記及公示單一窗口等機制(如：營業秘密法第8條禁止營業秘密設質)；且即使部分無形資產可依法設定質權作為擔保品，亦無法留置處分變現，導致

銀行難以落實債務催收程序，降低融資意願。

### 第三節 精緻農業產業應有之金融配合

在精緻農業產業部分，我國已有基層的農業金融體系，並且透過政府推動之專案貸款以及農業信用保證的推動，來扶植農業之發展。然而，精緻農業若需要進一步產業化、規模化，仍需要配合農漁會信用部以外之金融機構的配合，以滿足不同農業技術層面以及不同資本規模涉農相關企業之融資需求。而此時融資需求主體的進一步釐清，在精緻農業產業的融資需求討論中便相當的重要。因此有關精緻農業產業之金融配合，在此處我們特別著墨於農企業角色的說明，以及農企業之融資管道以及金融機構之配合。

#### 一、農企業之定義與辨異

##### (一) 農企業之定義

美國社會學教授 William H. Friedland 曾經戲稱：「我們不如將現今政府的農業部門(Department of Agriculture)改名為農企業部門(Department of Agribusiness)<sup>20</sup>。」一句簡單的戲謔之詞，卻說明了如今農業的發展，早隨著科技的變革以及資本的快速移動等因素，形成了迥異以往的面貌。綜觀時下出現在輿論媒體或是學術期刊關於農業政策的討論，究其實，此處的農業一詞其實應該改名為農企業，畢竟農業在一般人腦海中所勾勒出的畫面，往往脫離不了一望無際的稻田，抑或在廣闊草原上放牧的牛羊等鄉村景觀，但這些卻不是

---

<sup>20</sup> 參考 Friedland (2000)。

當代農業體制運作的內涵。而農企業之定義到底為何，又其與一般工業部門下所稱之企業有何不同，茲說明如下。

## 1. 學理上的定義

農企業(Agribusiness)一詞的提出，主要是來自美國學者John H. Davis於1956年在「哈佛商業評論」(Harvard Business Review)中所發表的文章：從農業到農企業(From Agriculture to Agribusiness)。翌年，John H. Davis和Ray A. Goldberg共同出版了「農企業的概念」(A Concept of Agribusiness)一書後，農企業一詞遂廣泛出現於各種文獻當中<sup>21</sup>。依據Davis和Goldberg所撰之書，農企業可定義如下：「農企業乃為一切有關農業用品的製造與分配、農場的生產與營運，以及農產品和其加工製品的儲藏和管銷的總和。」

由上開定義可以了解，將傳統的農業生產過程，套上現代化企業經營管理的外殼，並講求目標利潤化、產品商品化以及運作組織化，即是農企業的本質。

## 2. 實務上農企業的範疇

企業乃一結合生產要素，在創造利潤的動機及承擔風險之前提下，使用管理功能及企業功能，講求發揮效率，達成效果的產業性或商業性組織。企業包括個人獨資、合夥、公司及合作社等法律組織。依此企業定義觀之，若農業相關組織依法成立獨資、合夥、公司及合作社等皆可謂農企業。但一般所謂之農夫(小農經營)是否可歸類為農企業？若依前述農企業的學理定義，因小農經營方式，固然講求利潤極大與效率提升，但鮮見其運作達到組織化，然所謂組織化即屬企業定義中之管理功能及企業功能之使用，因此除非小農

---

<sup>21</sup> 參考 King *et al.* (2010)。

經營能進行運作組織化，否則難以稱為農企業。

在實務上，隨著農業技術的進步以及資源在橫向以及縱向統合上的發展，我們可進一步將農企業區分成狹義以及廣義兩種類型。狹義的農企業主要是指農產品的生產(Agribusiness Production)，亦即透過將購買種子、飼料，並將收割的穀物拿到市場上販售等過程整合而成的組織運作模式；而後隨著農業技術的進步，農民開始採用有效率的機械工具種植或養殖農作物及牲畜，並組成社團或是公司來對農產品的生產進行橫向的分工作業，也屬於此一範疇。

廣義的農企業則從橫向的農產品分工，分別向其上游的資源需求(Agribusiness Inputs)以及下游的產品輸出(Agribusiness Outputs)，進行一連串縱向的結合，同時運用現代化的企業設備，將整個過程統整成一套經營管理模式。農產品生產的上游資源需求包括飼料和肥料業、農藥製品業、農業機械業、農業生物技術的研發、建制農業生產流程所需的電腦應用程式開發、農業金融服務等；農產品生產的下游輸出面則包含農產品的處理及加工、農產品的儲藏及運輸、農產品的市場行銷以及休閒農業的推展等。

舉例而言，豬肉產業背後的生產供應鏈，正是廣義的農企業實例；從豬隻屠宰的機械化，到下游豬肉零售業藉由冷凍展示櫃及防潮耐熱塑膠膜的研發創新，以致豬農本身因為冷凍盒裝豬肉的標準化，而從所謂養「豬」業，轉變成養「肉」業，並專注於豬隻的重量、脂肪及肌肉的比例，以及成長週期控制等，如此一來便涉及上游豬隻繁衍的基因改造工程，以及畜牧業的飼養、管理及防疫等技術。水果產業也存在類似的整合，以芒果為例，芒果從採收到消費約需一個月，一個月之後其賣像和品質都會大打折扣，因此芒果業

下游的出口行銷商必須在產地採收到果菜消費市場買賣的時間差中，處理上市的時機與後熟技術，並將消費者對於芒果顏色、大小、形狀、內容的要求等資訊傳達給果農，而果農也透過種子與肥料等供應與篩選，來滿足市場的要求，甚至利用新的農業生化技術，來改良作物種植和採收的季節。以上不論是肉類或是果菜產業，只要以農產品製造為核心，分別向下以及向上串連而成的生產供應鏈，便是現代農企業的具體代表。

以下簡圖(圖5-3-1)示可以更清楚闡明農企業之範疇：

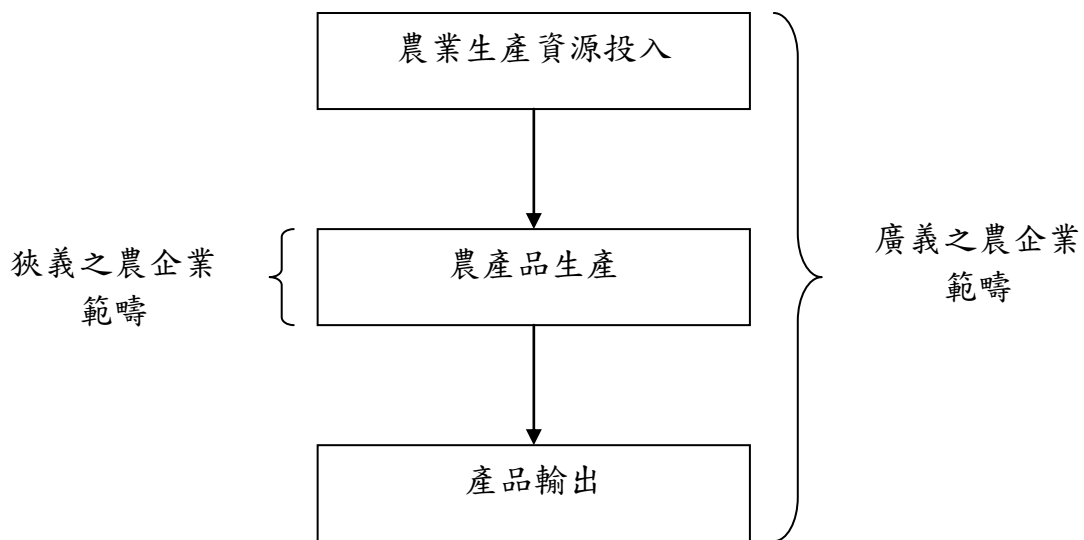


圖 5-3-1 農企業範疇

### 3. 農企業之法制規範

就現行農業相關法制中，我們也可看到對於農企業當中行使權利義務主體的定義及規範。由於農企業除講求目標利潤化以及產品商業化之外，最重要在於農企業乃一組織化的經營，因此農業發展條例第3條第3款所指稱的農民：「直接從事農業生產之自然人」，便

不屬於農企業。一般所稱的「農企業法人」，是指該條例中第3條第7款至第9款所定義之「農民團體」、「農企業機構」及「農業試驗研究機關」。依農業發展條例第3條第7款之規定，「農民團體」係指農民依農會法、漁會法、農業合作社法、農田水利會組織通則所組織之農會、漁會、農業合作社及農田水利會；同條第8款所規定之「農業企業機構」，則指從事農業生產或農業試驗研究之公司；同條第9款則規定，「農業試驗研究機構」係指從事農業試驗研究之機關、學校及農業財團法人。

然而從前述對於農企業學理定義、範圍以及產業分類的描述中可知，出現於農業發展條例中的農企業法人的界定，並無法完全含括現今農企業運作體制中各層面的行為主體。因此主管機關在制定農企業相關獎勵條文或是補助措施時，應避免拘泥於條文的規定，而須探究農企業政策影響對象的實質內涵。

## (二) 農企業之辨異

### 1. 農企業與一般企業的差異

依照前述對於農企業的描述可知，農企業涵蓋的範圍透過整個生產供應鏈的串連，可以擴張到極大的規模，並且足以媲美現今工業體系下的大型(跨國)企業，因此我們有必要針對農企業和一般工商業部門下的企業作區隔。一般來說，農企業金融具有下列之特性。

**(1) 品質的異質性：**在現代化的消費社會裡，公司企業擅於透過同質性商品的大量生產來降低生產成本，並有利於消費者在購買商品時能簡易的依價格和品牌而選取所需要的商品，進一步市場交易的效率性。然而農企業產品由於涉及較多自然資源投入，因此往往由於氣候以及環境的影響、採收作法的差異、季節的變換以及生物

本身的多樣性等因素，而形成較多的品質異質性。甚至有些品質因子本身難以測度（如花卉的香味、形狀外觀），並且不同的消費者在使用上可能對於品質的認定有極大的差異，這也造成制定交易所需的產品分級標準更形困難，進而買賣雙方間資訊不對稱的問題更形嚴重，並容易發生爭議。

**(2) 生產與需求的季節性：**農企業產品的季節性可能是溫度、雨量和日曬等環境條件以及季節變化所致，經由育種或是其他生物技術的研發的確有助於改變或是延長作物產品的自然產季，但可能所費不貲，或是需要犧牲某方面的品質。此種來自於生產面的季節性波動，往往在需求面會造成市場的高、低峰需求期，進而帶動需求面的波動。

**(3) 長育成期：**農企業產品的育成期因須配合生物本身的多樣性，所以育成期間不僅變異大，且平均所需時間較一般企業來的長，而較長的育成期也使得生產者易陷入長期投資所帶來的資金風險，同時在產品的供給彈性上，也較一般商品來的低。

**(4) 生產方式：**在現代化企業部門中常見到的生產方式是：中間產品不斷的精緻化及外包，專業化的生產基地與最終組裝廠的整合，以及用策略聯盟與網路連接而成的新公司型態與廠房組織。以腳踏車製造業為例，往往呈現研發工作在台灣進行，車體由大陸製造，變速器則由日本進口，最後的組裝工作又回到台灣的分工狀態。而汽車業和電子業的分工則又更為精密，因為當中所牽涉的中間產品可以細分成非常多的項目，而每個項目都有其專門的產地。在農企業當中雖然也有上、下游的整合，或是跨國化的生產配銷機制，但卻遠不如電子業或是汽車業所形成的跨國生產系統，原因主

要在於前述農產品因品種而異的生產週期以及製成後的保鮮問題等。因此在生產方式上，農企業內的分工系統相較於一般工業而言，是較為僵固且缺乏彈性的。也因為如此，一些大型的農企業跨國公司如Coca Cola, McDonald's, Nestle等即便是全球品牌，其生產方式大多採取多國國內在地生產策略(multi-domestic)<sup>22</sup>，而不是工業部門的跨國化模型。以麥當勞販售的漢堡而言，其組成原料包含肉類、蔬菜、麵粉以及佐料等，雖然部分原料因冷凍技術的進步而從國外進口，但仍有較大比例的原料來源是生產自消費國國內。

**(5) 生產配銷整合的模式：**農企業雖無法忽視農作物的特性，以及由作物特性所形塑的分工與生產組織，但是農業科技的發展，正逐步克服生物與空間上的限制。比如透過乾燥、罐裝、冷凍等工業技術的改進，農業生產逐漸從季節性供應轉向全年供應；儘管有些農製品無法透過上述生產與派送等工業技術改良而延長期保存期限，但生物技術的不斷創新也一定程度延長了農作物的產季或開發出新的生產基地，因而突破了農作物週期性的限制，並且和工業部門的產品製程更為趨近。但即使如此，農產品本身的生產仍是以在地化的方式進行，只有在配銷端達到了全球化規模；換句話說，在生產配銷的整合過程裡，農企業的生產者並沒有全球化，全球化的是零售商<sup>23</sup>，而工業部門則是從生產到配銷，都呈現出全球化分工的態勢。

## 2. 農企業生命週期

依據企業規模、組織結構複雜程度、管理風格以及銷售收入等標準，學者們對於企業發展階段做了不同程度的劃分，其中以Ichak

---

<sup>22</sup> 參考 Watts and Goodman (1997)。

<sup>23</sup> 參考 Friedland (1997)。

Adizes的「企業生命週期」模型最廣為人知<sup>24</sup>，依照Adizes的觀點，企業發展可分為三個階段，亦即孕育階段、成長階段與老化階段。而每個階段皆會面臨資訊不對稱、資金來源、股東與債權人之衝突以及代理人成本等企業經營的問題。農企業在孕育階段，由於需要較長的研發期與面臨較高之風險，所以存在於投資者和經營者之間資訊不對稱的問題也較為嚴重，同時在資金來源方面，初期主要是以自有資金與間接金融為主，而股東與債權人之間本易因投資計畫的執行以及企業經營成效而產生衝突，在農企業中，農企業本身商品的高風險性以及產品價值鑑定的困難，更會加劇此一衝突；另外在代理成本（管理成本）上，農企業初期的經營管理主要由提供自有資金的股東擔任，因此代理成本較低。而隨著農企業從孕育階段進入成長以及老化階段，前述四個面向議題在程度上也產生轉變，如下表所示。

表 5-3-1 農企業生命週期

	孕育階段	成長階段	老化階段
資訊不對稱	高	中	低
資金來源	自有資金與間接金融	間接金融和直接金融為主	直接金融為主
股東與債權人之間衝突	高	低	中
代理成本問題	低	中	高

## 二、農企業之融資現況

### (一) 專案農貸為主要融資管道

<sup>24</sup> 參考 Adizes (1989)。

觀諸現行制度下農企業資金取得之管道來源，主要皆以政策性專案農貸為主，目前貸款對象多為農民，大致上區分如下表：

表 5-3-2 政策性專案農貸主要項目

農機貸款	
貸款對象	(一) 實際從事農(漁)業之農(漁)民及農(漁)民團體。 (二) 辦理農機代耕或出租業務之農(漁)民。
貸款用途	(一) 用於購置全新農漁機械或自動化設備(均可含附屬設備)其機種、機型或牌型，以農委會正式核定者為限。 (二) 用於購置經農委會個案核定之全新農漁業自動化設備(均含附屬設備)。 (三) 用於投資改造(改裝)傳統農業設備為自動化設備，以有關投資計畫經農委會核定者為限。 前項農漁機械或自動化設備限供作從事農(漁)業之用，其屬於同一機種者，每一戶以貸款一台(套)為原則，同機種汰舊換新時，應將舊機有關貸款還清後始得辦理。
建議貸款機構	各簽約農漁會
農業科技園區進駐業者優惠貸款	
貸款對象	(一) 符合農業科技園區設置管理條例規定，並取得農業生物科技園區管理機關核發進駐證明之業者。但生活機能服務業者除外。 (二) 取得彰化縣國家花卉園區、台南縣台灣蘭花生物科技園區、嘉義香草藥草生物科技園區及宜蘭海洋生物科技園區管理單位核發進駐證明之業者。
貸款用途	興建或購置園區內廠房、設施、設備、溫室、材料及其附屬設施之資本支出及相關經營所須週轉金。
建議貸款機構	全國農業金庫
農漁會事業發展貸款	
貸款對象	各級農(漁)會
貸款用途	促進農(漁)會事業發展、經營管理改善或經農委會核定之促進民間參與公共建設案之資本支出及週轉金。
建議貸款機構	各簽約農漁會、全國農業金庫
輔導農糧業經營貸款	
貸款對象	(一) 水稻育苗中心：台灣地區水稻育苗協進會會員。

	<p>(二)種苗業者：領有種苗業登記證之種子繁殖及苗木繁殖業者。</p> <p>(三)農場經營者：依農場登記規則完成農場登記之農場負責人。</p> <p>(四)農產品批發市場經營主體：除農產品市場交易法第十三條第一項第四款外，依該法設立之農產品批發市場經營主體。</p> <p>(五)農村製酒業者：取得酒製造業許可執照，且依相關法規成立之農民團體、農業產銷班、農場及休閒農場或依農業發展條例所稱之農民。</p> <p>(六)協助洋蔥購貯之農民團體。</p> <p>(七)實際從事茶葉生產、製造、加工之農民或農民團體。</p> <p>(八)有機農糧產品經營業者：依農產品生產及驗證管理法及其相關規定，領有有機農產品驗證書之農民或農民團體。</p> <p>(九)花卉生產專業經營者：具花卉產銷班班員資格之農民，或具花卉專業團體會員資格之農民團體。</p> <p>(十)其他農糧產業經營者經農委會專案核准其貸款經營計畫者。</p>
貸款用途	直接用於為達成本貸款目的所需之資本支出及週轉金，但不包括購買耕地。
建議貸款機構	各簽約農漁會、全國農業金庫
農業產銷班及班員貸款	
貸款對象	依農業產銷班設立暨輔導辦法規定完成登記之產銷班及班員
貸款用途	為提供產銷班或班員所須興修農業設施及購買農用資材、生產設備等資本支出或週轉資金，但購地所須資金非在本貸款核貸用途之列。
建議貸款機構	各簽約農漁會、全國農業金庫
山坡地保育利用貸款	
貸款對象	<p>(一)山坡地範圍內，實際從事保育利用工作者。</p> <p>(二)具有合法土地使用權者。</p> <p>(三)具有經營能力與完整經營計畫，且其貸款資金運用計畫經農委會水土保持局所屬工程所或當地縣(市)政府水土保持主管單位核可者。</p>
貸款用途	<p>(一)興、修建或加強各種公共設施所需投資資金。</p> <p>(二)從事水土保持與農業經營所需資本支出或週轉金。</p>
建議貸款機構	各簽約農漁會
農家綜合貸款	
貸款對象	農會正會員、農保被保險人或漁會甲類會員
貸款用途	農(漁)民籌措家計、消費及教育等農家生活改善所需資金。
建議貸款機構	各簽約農漁會
輔導漁業經營貸款	

貸款對象	<p>實際從事下列漁業經營之漁民、漁業(民)團體及生產合作社：</p> <p>(一)海洋漁業，包含漁撈及養殖。</p> <p>(二)陸上養殖。</p> <p>(三)休閒漁業及娛樂漁業。</p> <p>(四)水產加工及運銷等漁業生產。</p> <p>前項借款人屬養殖業者應同時具備下列二項條件：</p> <p>(一)區漁會之甲類會員、縣養殖漁業發展協會會員或農會正會員。</p> <p>(二)領有養殖漁業登記證或區劃漁業權執照或專用漁業權入漁證明文件。</p>
貸款用途	從事海洋漁業(漁撈及養殖)、陸上養殖、休閒漁業(以漁業為基礎發展休閒產業相關項目)所需興修設備、建造、購買、修繕漁船及漁用資材、生產設備及為改善產品產銷衛生環境，增購或改善加工製程及魚貨處理設備之資本支出或運銷所需週轉金。
建議貸款機構	各簽約農漁會
改善財務貸款	
貸款對象	<p>(一)具備以下資格之一：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 農會正會員。</li> <li>2. 農保被保險人。</li> <li>3. 漁會甲類會員。</li> <li>4. 領有畜牧場登記證之農民。</li> </ol> <p>(二)既有貸款其原用途為農(漁)業產銷或生活必需，且符合下列條件之一者：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以統一農(漁)貸科目貸放者。</li> <li>2. 以一般放款科目貸放，其用途為農(漁)業產銷用，且核貸時借款人具會員資格。</li> </ol> <p>(三)既有貸款為民國九十五年六月三十日前已貸放案件，且年息為百分之五·五以上。</p> <p>(四)目前實際從事農(漁)業。</p> <p>(五)同意本貸款資金全部用於償還既有貸款本息者。</p>
貸款用途	全數用於償還既有貸款本息
建議貸款機構	各簽約農漁會
提升畜禽產業經營貸款	
貸款對象	<p>(一)改善草食家畜經營類：取得畜牧場登記證書之養牛(肉牛、乳牛)、養羊(肉羊、乳羊)、養鹿及養兔農民，另乳牛農需收乳證明。</p> <p>(二)提昇養豬經營類：取得畜牧場登記證書之養豬農民。</p> <p>(三)提昇家禽產業經營類：取得畜牧場登記證書之養禽(含雞、鴨、鵝、火雞及鴛鳥)農民。</p> <p>(四)上述各款申辦畜牧場登記中者</p> <p>(五)畜牧污染防治貸款。</p> <p>(六)提升畜禽肉品生產經營類。</p>

	(七)經財團法人中央畜產會認定受家禽流行性感冒案例影響之家禽飼養、屠宰(加工)、運輸、販售及外銷者。
貸款用途	(一) 提供有關業者購買家畜禽或購置畜牧相關生產及經營設備之資本支出及週轉金。 (二) 畜牧場(戶):設置或改善廢水處理之設備與其所需土木工程,或無排放水畜舍之改建,以及污泥處理、堆肥製造、除臭設備、沼氣利用與焚化爐等污染防治設備之資本支出。 (三) 禽畜糞堆肥場:設置或改善堆肥醱酵設備及除臭設備等禽畜糞堆肥處理製造設備之資本支出,或已取得農委會禽畜糞堆肥場營運許可證者改善經營管理之週轉金。 (四) 購置肉品加工設備及經營之資本支出及週轉金。
建議貸款機構	各簽約農漁會、全國農業金庫
農民經營改善貸款	
貸款對象	(一) 年齡在 18 歲至 35 足歲,從事農作物類、林業類、水產養殖類及畜牧類等生產之農(漁)民或森林所有人(含適用森林法第 4 條者),具備下列條件之一者,得辦理本貸款: 1. 高職以上農、林、漁、牧相關科系畢業生。 2. 曾受縣(市)級以上農業機關、學校、農(漁)會舉辦之貸款用途相關之農業專業訓練 30 小時以上。 3. 從事農業經營有傑出表現者,經縣(市)級以上政府機關表揚;但貸款用途須與上述表揚內容相關。 (二) 年齡在 35 歲以上至 65 歲,從事農作物類、林業類、水產養殖類及畜牧類等生產之農(漁)民。
貸款用途	(一) 從事農作物類、林業類、水產養殖類及畜牧類等生產及其因生產衍生之運銷或加工等事業之改進擴充所需興修農(林)業設施、購地及購買農用(營林)資材、生產設備等資本支出及週轉金。 (二) 購買農地金額每人不得超過申借本貸款金額的四分之一,並以所購農地辦理設定抵押。
建議貸款機構	各簽約農漁會
擴大家庭農場經營規模協助農民購買耕地貸款	
貸款對象	(一) 年齡在十八歲以上六十五歲以下,購置或交換耕地以實際從事農業經營之家 庭農場農民,並符合下列各目條件者: 1. 借款人購置或交換耕地後,其家庭農場經營耕地總面積應達一公頃以上,但購置或交換與其原家庭農場經營耕地相毗鄰之耕地或離農轉業農戶之全部耕地者,不在此限。 2. 購置或交換之耕地座落須與其原家庭農場經營耕地位於同一或毗鄰地段。但離島地區得不受同一或毗鄰地段之限制。

	<p>家庭農場經營耕地在申請貸款前三年內有出售、贈與或委託經營者，就其購置之耕地面積超過出售、贈與或委託經營之耕地面積部分核貸之。</p> <p>(二) 家庭農場經營耕地，因繼承經協議由一人繼承以從事農業經營，而需以現金補償其他繼承人者。</p> <p>(三) 農業學校畢業，年齡在十八歲以上四十五歲以下，購置耕地面積零點五公頃以上，直接從事農業生產者。但購置離農轉業農戶之全部耕地者，不受此限。</p> <p>(四) 農地重劃區內之現耕農民，購置下列耕地以從事農業經營者： 1. 標購抵付工程費之抵費地與零星集中耕地。 2. 購置毗鄰之耕地。</p> <p>(五) 三七五租約耕地之佃農購置地主讓售之耕地以從事農業經營者。</p> <p>(六) 經中央主管機關專案核准之農業訓練累積達四十小時以上，購置耕地面積零點五公頃以上，直接從事農業生產者。</p> <p>前項第一款實際從事農業經營之家庭農場農民，有傑出表現，經縣(市)級以上政府機關表揚之專業農民，不受年齡之限制。</p> <p>第一項第一款及第二款之借款人本人新取得耕地且無務農經驗者，於貸款前應取得由政府機關、學術機構或農、漁會出具最近五年辦理有關農藥安全及生態保護之基本農業訓練累積十小時以上之證明。</p>
貸款用途	<p>(一) 購置或交換耕地所需資金。</p> <p>(二) 繼承人因繼承耕地需現金補償其他繼承人所需之資金。</p> <p>前項購置、交換或繼承之耕地，其從事農業經營項目若屬於農業政策不鼓勵經營項目者，不予核貸；不鼓勵經營項目由中央主管機關公告之。</p>
建議貸款機構	各簽約農漁會
小地主大佃農貸款	
貸款對象	大佃農，應符合附表所定身分別、條件及產業規模
貸款用途	支應大佃農承租農地所需之租金及經營資金
建議貸款機構	各簽約農漁會

綜合而言，目前專案農貸的辦理對象，多以農民或農業產銷班為主，但是對於具有一定資本規模之企業，則較少觸及。

## (二) 金融市場與農企業類型選擇之關聯性

當資金需求的對象從一般的農民、農戶、或是農業產銷班等合作組織，變成是具有較高資本額的農企業時，在資金融通的管道上，

也必須朝向多元化的方向發展。

### 1. 金融市場特性影響農企業之選擇

我國金融市場之特色，具有直接市場與間接市場兩種特色。前者係指因應各市場功能與交易類型之不同，避免場外交易之不確定性，保障投資人之權益，因此各市場均有集中性交易之必要。後者係指資金之需求者與供給者並無直接接觸之可能，因此在設計上均由市場之參與者進行金融市場之交易，以避免不諳市場資訊與與交易模式之專業性造成投資人權益受損。相對來說，從事農企業之相關人士，與從事金融市場進行商業籌資目的之商業投資人來說，並非相同，又農企業之財產或信用相對於前述商業投資人來說亦相對弱勢，因此如何使農企業得以進入金融市場而保障其相關權益，與吸引投資人進行資金之挹注取得平衡，並不容易。

### 2. 農企業選擇企業進入金融市場之類型分析

農企業選擇企業之類型，將會與資金取得之管道產生關聯性，基本上，農企業進行資金投資以賺取獲利而投入農企業之發展，以及農企業進行間接金融時，可以獨資、合夥或公司之企業類型方式為之，甚至農企業為個人亦無不可。但缺點為間接融資之管道與資金取得之多寡，受企業類型之影響深遠，農企業本身之資金與其他從事商業之企業相比，亦無法創造財富極大化之效果，又因擔保品價值之不足，使得其融資金額有限，或金融機構不願意承接。此外，金融機構本身之考量，亦為農企業從事融通資金需要考量之決定性因素，以商業銀行為主金融機構，融資條件之對象除受主管機關之委託專案辦理外，大部份條件農企業因先天條件不足（例如前述之擔保品價值、或信用徵信之不足等），造成該金融機構不願承作。

最後願意承作之金融機構，係以農業法或漁業法規定之農會、漁會、公股銀行、專業銀行或主管機關之專案融資單位，缺少市場誘因之下，造成農企業之融資大抵以預算之方式由主管機關進行，對於國家財政來說亦為不小之負擔。

然而，若以直接金融之方式進行融資，則農企業進入資本市場時，必須以股份有限公司型態為之，對於資金已不足之農企業來說，成立公司之成本，以及公司成立後除有特別情事外，必須於六個月內進行營業之限制，對照農企業之特性，受天候因素之影響甚遠，若無法於上述期間進行營業，則有遭受主管機關命其解散之可能，其結果，股份有限公司依公司法第一條之規定為營利性社團法人之特性，雖與農企業本身之營利方向與目標並無不同，但本質上並非完全等值，前已敘明。因此農企業若欲透過資本市場籌資，須由主管機關建立相關輔導農企業法人化之管道與方式來進行。而此時對於涉農相關企業的公司治理之推動與輔導機制，便相當的重要。

#### **第四節 配合推動新興產業發展應有的金融配套**

在精緻農業產業部分，我國已有基層的農業金融體系，並且透過政府推動之專案貸款以及農業信用保證的推動，來扶植農業之發展。然而，精緻農業若需要進一步產業化、規模化，仍需要配合農漁會信用部以外之金融機構的配合，以滿足不同農業技術層面以及不同資本規模涉農相關企業之融資需求。而此時融資需求主體的進一步釐清，在精緻農業產業的融資需求討論中便相當的重要。因此有關精緻農業產業之金融

配合，在此處我們特別著墨於農企業角色的說明，以及農企業之融資管道以及金融機構之配合。

## 一、文化創意產業部分

綜合訪談、座談會中之業者以及學者專家之意見，有關文化創意產業部分之融資相關配套建議如下：

### (一) 由政府主動引導市場資金

由於文創產業將成為台灣未來十年的主力發展產業，推動中小企業以無形資產作為融資擔保品向銀行申請貸款，配合「無形資產評價準則」的實施，政府提出專案鼓勵銀行業提供放款多元擔保管道，能夠將市場資金分散，進而引導到創新型無形資產相關產業，可避免過度集中於不動產放款，並解決台灣金融市場游資過剩問題。其次就報酬與風險一致的角度，可從政府、創投、直接融資或引進新金融商品等方向進行。

### (二) 加強既有之(優惠)專案貸款辦理暨專業審查會議，並搭配信用保證方案

目前文創產業籌資的重要來源，仍是以銀行的貸款為主，因此除了各項專案貸款的推動，信用保證機制所扮演之功能(不論是直接信用保證或是間接信用保證)，也是目前政府發展文創產業暨協助文創業者融資的要角。特別是文化創意產業的類別有「十五加一」，種類繁多，而每項類別都有不同的技術專業以及價值評估方式，對於銀行等金融機構而言，不易一一釐清，因此許多銀行往往只能就某幾項類別建立其融資的專業，以致對於文創業整體的融資協助上有所限制。所以政府透過專案貸款所形塑之專家審查會議，對於銀行業者了解產業特性、商機與風險等問題上，扮演著不可或缺的角色。

同時政府邀請專家審查業者投資方案的過程中，也有助於其他的投資者(如中小信保基金也可扮演直接投資的角色)對於有潛力的文創企業的認識，進而以股權融資的方式，協助業者獲取所需資金。

文化創意產業貸款之辦理，需要有相關之專業知識審查

### **(三) 設置「無形資產擔保貸款補償基金」以及加強人才培訓**

由於文創產業無形資產價值不穩定和不確定性的特點，使其價值實現存在較大風險。為減少融資機構的風險，企業需要充分利用風險分散和補償機制。建議政府與銀行可共同發起成立「無形資產擔保貸款補償基金」，政府對銀行貸款給予風險補貼，分散銀行的風險。此外，由於無形資產的發展與價值的評估愈形重要，人才培訓及認證就至為關鍵，因此包括商業銀行徵授信融資、無形資產購買移轉、投資銀行(證券)、創投基金、一般企業投資及併購需求等，均需要無形資產評價報告分析及使用人才。整體性人才培訓及認證體系的建置，與我國未來創意經濟發展有密切之關聯性。同時認證體系的建制以及相應的評價結果也需要與投融資市場連結，以及評價報告需要得到市場的認可，方能發揮效用。

### **(四) 建立「無形資產財務諮詢服務單位」以及「負責人及往來企業擔保人擔保機制」**

由於文創產業的特性是擁有大量的無形資產，銀行業者應盡速體認未來產業發展趨勢調整銀行貸款業務結構，並以吸收無形資產業者為全方位金融服務，例如擴大企業財務諮詢服務及貸款回存等其他金融服務業務，不僅限於貸款業務客戶，以分散風險；並推動負責人及往來企業擔保人加強擔保機制，推動無形資產產業鍊融資加強擔保機制。此外，對於無形資產融資部分，除能夠進行登記和

註冊的專利權和商標權外，非專利技術融資亦為困難之處，由於該類無形資產未登記，不受法律保護，一般無法轉讓，但卻可以為企業帶來長期的超額收益。因此該類無形資產可以考慮以金融創新方式(如資產證券化)進行融資。

## 二、 精緻農業產業部分

綜合訪談、座談會中之業者以及學者專家之意見，有關精緻農業產業部分之融資相關配套建議如下：

### (一) 強化現有之農業金融體系

我國農業金融體系中的農漁會信用部以及農業信用保證等機構，仍是農民之間進行資金借貸等金融服務的主要媒介，因此相關涉及農事業的發展，仍須以鞏固現有農金體系下的政策性專案貸款為根本，因為精緻農業的發展與推動，與基層之農漁民之照顧不可脫鉤且息息相關。

### (二) 對於農企業應有所重視

精緻農業的推動屬於六大新興產業之重要一環，而若欲朝產業化發展，無論係技術面、經營面或市場面之革新，都必須有充足之資金作為支持之力道，因此欲進行精緻農業發展之業者若欲和一般商業金融體系結合，其組織型態或經營模式，須提升至以農企業為主之格局。而多數農企業之規模屬中小型企業，惟近年來受到國際經濟金融情勢變更之衝擊，籌資渠道亦連帶受到影響。然精緻農業既為六大新興產業之要項，為促其順利達成發展目標，進一步了解相關融資方式以協助其發展，實有必要。此外，雖然農企業選擇以獨資、合夥等企業方式進行農企業本業之經營，與一般商業之獲利並不相同，因此在輔導農企業之設置、融資活動等法規建置時，農

企業本質特性之考量與納入，為區隔商業及完備農企業進行資金多元化取得管道之不可或缺且必須遵守之圭臬。

### **(三) 政策性專案農貸可針對農企業之特性設置，並納入商業銀行**

由於農企業屬於中小企業之一環，其資金需求額度以及投資計劃內容往往有別於一般的農民，因此政府若欲擴大扶持精緻農業，也須針對農企業的融資需求，設置專屬之政策性專案農貸，或是將原本之專案農貸的適用對象放寬，將中小型農企業納入。在放款的金融機構方面，由於企業金融放款較不屬於農漁會信用部的專長業務，因此為扶植農企業的發展，也可將農業金庫以外的商業銀行納入特定政策性貸款的合作金融機構中，以增加對於精緻農業的扶持力道。

### **(四) 強化涉農企業之公司治理能力，並規畫農企業透過創投或是資本市場取得資金**

為推動精緻農業之長遠發展以及農企業之健全經營，就長期而言，應考慮讓農企業透過創投業者獲取所需資金，最終並且能透過資本市場籌資。因此，為達成公司健全化之發展，財務報表之健全性必須提昇，以促成公司治理（Corporate Governance）之落實便是現階段主管機關需要扶助之事項。

## 第六章 結論與建議

### 第一節 結論

#### 一、誘因型融資對我國之啟示

誘因型融資是一種非常靈活的融資方式，這種融資可根據募集資金的特殊要求進行調整，也因此許多歐美國家或是亞洲國家皆已進行實際操作，目前經濟增長依然強勁的中國大陸也是如此。主要在於誘因型融資具有以下幾方面的吸引力：(1)長期融資：亞洲許多中型企業發現，要從銀行那裡獲得三年以上的貸款仍很困難。而誘因型融資通常提供還款期限為 5 到 7 年的資金。(2)可調整的結構：誘因型融資的提供者可以調整還款方式，使之符合借款者的現金流要求及其他特性。與通過公眾股市和債市融資相比，誘因型融資可以相對謹慎、快速地進行較小規模的融資。誘因型融資的股本特徵能使公司從較低的現金票息中受益，而且在某些情況下，企業還能享受延期利息、實物支付或者免除票息期權。(3)限制較少：與銀行貸款相比，誘因型融資在公司控制和財務契約方面的限制較少。儘管誘因型融資的提供者會要求擁有觀察員的權利，但他們一般很少參與到借款者的日常經營中去，在董事會中也沒有投票權。(4)比股權融資成本低：人們普遍認為，誘因型融資的成本要低於股權融資，因為資金提供者通常不要求獲取公司的大量股本。在一些情況中，實物支付的特性能夠降低股權的稀釋程度。

然而誘因型融資契約雖已在我國討論多時，但尚未能廣泛推動，僅只局限於少部分之專業銀行，目前尚無商業銀行通過核准從事誘因型融資之案例。

## 二、無形資產融資對我國之啟示

目前全世界無形資產在許多產業領域中有相當程度的增長，如電子科技業、生技醫療業、數位軟體業、文化創意產業等，無形資產佔整體公司資本的比例愈形重要。不過，無形資產的融資能力尚未能充分發揮。無形資產融資要能完整發展，將有賴於基礎建設技術與體系之建構，包括相關法律制度之建立，金融業的認知，以及資本市場採行的估算方法。無形資產融資方法若能有充分發展，將有助於企業進一步的商業成長與創新。而無形資產融資中相當重要的一環便是價格的發現與認定，目前國外也已有許多成熟的機制在運作，以美國為例，在美國企業鑑價之專業認證，係由民間組織之「美國全國企業鑑價分析師協會(NACVA)」所辦理。NACVA (National Association of Certified Valuation Analysts)為專業評價人員之認證機構，提供相關教育訓練、認證考試、研究及出版品，其 Accredited Valuation Analyst(AVA)測驗及 Certified Valuation Analyst (CVA)測驗係全球著名之鑑價人員專業證照測驗。目前國際間唯一之國際性鑑價專業機構係「國際顧問鑑價師與分析師協會(IACVA)」，旨在對全球企業鑑價與無形資產評價之專業人員提供服務與支援。因此雖然各國各自核發相關證書，而沒有相互承認，但皆相互支援。

然而有關無形資產鑑價機制的建立，我國仍屬於起步階段。目前就銀行角度而言，對於辦理無形資產融資業務均採保守穩健的立場，因為銀行的資金來源以大眾之存款為主，資金的運用必須於存款人權益獲得保障之範圍內，相對其他金融相關事業受到政府監管的強度最高；因此，銀行對辦理無形資產融資之看法，普遍認為風險過高而無意願承作。基於此，現階段在我國建立無形資產鑑價體系，其中人才

培訓及認證體系的完備有其迫切的需要。

### 三、 農企業多元融資對我國之啟示

我國對於精緻農業產業之發展，在金融措施的配合上，主要仍以農業金融體系為主體，由於農漁會信用部覆蓋層面廣泛，並且與地方農漁會信用部以及相關產銷機構相互搭配，的確對於農業的發展有很大的助益。然而隨著產業的深化以及精緻化，較大規模涉及農企業的發展與扶植也必須要予以相對應的重視，這也是精緻農業產業能往長遠發展的重要關鍵之一。然而精緻農業產業在資金需求的對象上一旦轉換成是農企業，此時相對應的融資需求機制也應出現。目前以農企業為主體的我國精緻農業產業，其籌資管道已有呈現多元化之發展雛型(除間接金融管道外，透過創投以及資本市場的融資渠道也正在發展)。對於較具規模的農企業者而言，其公司治理之規劃以及財務報表健全化之工作乃為首要，因為這是促使企業形成良好體質，並獲得投資者青睞之要項；而對於規模較小之農企業或個人，則結合金融機構(含農業信用合作社以及一般商業銀行)以扶助性質的優惠貸款為主，以補貼方式協助其成長，其後即可按企業之需求依不同發展流程進行規劃。

## 第二節 綜合建議

### ● 對政府

1. 文創產業將成為台灣未來十年的主力發展產業，推動中小企業以無形資產作為融資擔保品向銀行申請貸款，配合「無形資產評價準則」的實施，政府提出專案鼓勵銀行業提供放款多元擔保管

道，能夠將市場資金分散，進而引導到創新型無形資產相關產業，可避免過度集中於不動產放款，並解決台灣金融市場游資過剩問題。其次就報酬與風險一致的角度，可從政府、創投、直接融資或引進新金融商品等方向進行。

2. 目前文創產業籌資的重要來源，仍是以銀行的貸款為主，因此除了各項專案貸款的推動，信用保證機制所扮演之功能(不論是直接信用保證或是間接信用保證)，也是目前政府發展文創產業暨協助文創業者融資的要角。特別是文化創意產業的類別有「十五加一」，種類繁多，而每項類別都有不同的技術專業以及價值評估方式，對於銀行等金融機構而言，不易一一釐清，因此許多銀行往往只能就某幾項類別建立其融資的專業，以致對於文創業整體的融資協助上有所限制。所以政府透過專案貸款所形塑之專家審查會議，對於銀行業者了解產業特性、商機與風險等問題上，扮演著不可或缺的角色。
3. 我國的中小信用保證基金相較於銀行而言，享有規模經濟的優勢，此一優勢在文化創意產業中特別明顯。因為文化創意產業的類別有「十五加一」，種類繁多，而每項類別都有不同的技術專業以及價值評估方式，對於銀行等金融機構而言，不易一一釐清，因此許多銀行往往只能就某幾項類別建立其融資的專業，以致對於文創業整體的融資協助上有所限制。然而因為各地金融機構申請融資若需要保證協助者，皆會匯集到中小信保，因此信用保證在專業審查能力上，也較一般金融機構充足。有鑑於中小信保基金之特殊角色，政府也應加大對於信保基金的投注與扶持，透故信保基金承保規模以及商品類型的擴大，也可協助文創業者

取得資金。同時，除了增加直接保證的保證能量以及承作量之外，也應強化信用保證商品之類型，如信保之前所推出之火金姑專案即為其例。

4. 就精緻農業產業而言，由於農企業屬於中小企業之一環，其資金需求額度以及投資計劃內容往往有別於一般的農民，政府應對農企業有更明確之規範與界定，如此不僅可針對農企業設計相應之政策性專案貸款，同時也可協助農企業進行公司治理的改造，協助其組織健全化，以利更多元融資管道之進行。
5. 在對於農企業放款的金融機構方面，由於企業金融放款較不屬於農漁會信用部的專長業務，因此為扶植農企業的發展，也可將農業金庫以外的商業銀行納入特定政策性貸款的合作金融機構中，以增加對於精緻農業的扶持力道。
6. 規劃農企業透過資本市場融資之管道，亦即考量農企業與其他企業之差異，對於欲透過資本市場籌資的農企業，除可就農企業的財務以及公司治理層面進行輔導，也可推動上市(櫃)之意見書機制；另外也應協助農企業和創投業者之間的媒合。

#### ● 對金融機構

1. 文創產業屬於新興產業之一環，多以中小企業為主，且子業別繁多，風險亦較高。然而在目前低利差的經營環境下，文創產業未嘗不是銀行企金業務可能的藍海。銀行業者可主動針對幾項特定之文創類別進行研究，了解其投資計畫週期以及產業特性，以利掌握該產業之風險，也可同時增加企業融資之放款獲利來源。
2. 無形資產融資成功案例尚未普遍，然而隨著無形資產鑑價機制的

日趨完備，未來也將可能成為重要之融資途徑。面對此一趨勢，銀行業者除須了解未來產業發展趨勢，並有必要調整銀行貸款業務結構，拓展以吸收無形資產業者等的全方位金融服務，例如擴大企業財務諮詢服務及貸款回存等其他金融服務業務，不僅限於貸款業務客戶，以分散風險；並推動負責人及往來企業擔保人加強擔保機制，推動無形資產產業鍊融資加強擔保機制。亦即儘管現階段銀行業者寧捨無形資產融資而就無擔保放款，但仍可對於有意辦理無形資產融資的業者建置資料庫，並成立無形資產融資財務諮詢服務小組，對往後無形資產融資業務發展預做準備。

3. 用於擔保抵押的無形資產宜具備四個要件，一是具有財產屬性，二是該標的為所有權之外的財產權，三是該無形資產具有可轉讓性，四是超額收益性。建議以中小型新興技術企業擁有的專利權和商標權、具有穩定權利金或其他營運現金流收入計畫者優先推動無形資產融資。亦即雖然新興產業週期過短，與銀行永續經營的業務特性不盡相符，且銀行亦負有穩定金融及經濟的責任，必須加以權衡，但是在初期可先以評估擇優個案或專案處理而非通案辦理。

## ● 對業者

1. 不論透過何種融資模式，產業業者在公司成長的過程中，應強化自身的公司治理以及整帳等相關工作建置，以利企業主透過更多元之融資渠道籌措資金。
2. 應善用中小企業輔導機制，包含其對於財務規劃之建議，以及中小信保對於融資方的協助。

3. 投資計畫書的撰寫和業者是否能從金融機構取得資金密切相關，特別是在新興類別的產業裡，銀行對於如文創或是精緻農業等產業現況與發展並不一定完全了解，因此業者在申請融資時，應在計畫書的撰寫部分要花較多之心力。

## 參考文獻

### 中文部分

1. 王曉紅(2012),「我國文化創意產業發展現狀及思路」,《中國經貿專刊》2012年第六期。
2. 行政院文化部(2012),「2011台灣文化創意產業發展年報」。
3. 行政院文化部(2010),「文化創意產業發展第二期 97-102年第二次修正計劃(核定本)」。
4. 行政院文化部(2009),「電視內容、電影及流行音樂產業發展旗艦計畫 99-103年」。
5. 行政院文建會(2009),「創意台灣—文化創意產業發展方案行動計畫 98—102年(核定本)」。
6. 行政院農業委員會(2011),「農企業籌資體系進階研究」補助計畫。
7. 吳惠林、周添成(1992),「中小企業的困境與因應」,經濟部中小企業處委託計畫。
8. 林桓(2011),「行政院國家發展基金扶植國內產業發展之現況與展望」,研考雙月刊第35卷第5期。
9. 黃博怡、陳朝斌與劉朝陽(2009),「建構政府中小企業財務融通輔導業務之研究」,經濟部中小企業處委託計畫。
10. 黃博怡、邱哲修、馬珂與葉立仁(2009),「由金融觀點轉向產業思維的台灣中小企業信用保證制度」,台灣金融財務季刊,10:2,台灣金融研訓院,頁67-114。
11. 楊雅惠(1999),「化解中小企業的資金困境」,經濟前瞻雙月刊第63期。
12. 經濟部(2011),「2011年中小企業白皮書」。
13. 廖文志、張順教(2010),「六大新興產業人才培訓與發展趨勢報告」,泰山職業訓練中心委託計畫。
14. 劉常勇(1997),「創業投資評估決策程序」,會計研究月刊,第134

期，pp.12-30。

15. 劉昭吟(2005)，「在全球化中綻放-從蝴蝶蘭跨界商品鏈探討台灣出口農業的全球化」，台灣大學建築與城鄉研究所博士論文。
16. 蔡幸庭、林詠能、李智仁(2012)，「從《海角七號》到《殺手歐陽盆栽》：解析文化創意產業投融資機制」，產業管理評論第5卷第1期。

### 英文部分

1. Berger, A. N. and G. F. Udell (1998), “The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle”, *Journal of Banking and Finance*, 22, pp.613-673.
2. Bink and Ennew (1996), “Financial Structure and the Growing Small firm: Theoretical Underpinning and Current Evidence”, *Small Business Economics*, Vol.8, pp.1-7.
3. Clayton, L. and Mason, H. (2006) “The Financing of UK Creative Industries SMEs.” London: BOP, Pembridge.
4. Davis, John H. and Ray A. Goldberg, 1957. A Concept of Agribusiness. Boston: Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University.
5. DCMS. (2008) “Helping Creative Business Grow and Access Finance” in Creative Britain – New Talents for the New Economy.
6. DG Enterprise and Industry (2010) “Report to the European Commission.”
7. Downey, David W. and Steven P. Erickson, 1987. Agribusiness Management. New York: McGraw-Hill.
8. European Commission (2006), Directorate-General Education and Culture.

9. Flahvin, A.,1985, Why Small Business Fail? , Australian Accountant, Vol.55, No. 9, pp. 56-72.
10. Fluck, Z. D., Holtz-Eakin and H.S. Rosen (1997), “Where does the Money Come from?” The Financing of Small Entrepreneurial Enterprises, New York University.
11. Friedland, William H., 1997. Commentary on Part III: “Creating Space for Food” and “Agro-Industrial Just-In-Time.” In Globalizing Food: Agrarian Questions and Global Restructuring, ed. David Goodman and Michael Watts, 226-232, London and New York: Routledge.
12. Friedland, William H., 2002. Agriculture and Rurality: Beginning the “Final Separation”? *Rural Sociology* 67(3): 350-371.
13. KEA (2006) “Study on the Economy of Culture in Europe,” completed for European Commission, Brussels, 2006
14. King, Robert P., Michael Boehlje, Michael L. Cook, and Steven T. Sonka, 2010. Agribusiness Economics and Management. *American Journal of Agricultural Economics* 92(2): 554-570.
15. Lussier, R. N. (1995), “Startup Business Advice from Business Owners to Would-be Entrepreneurs”, *S.A.M. Advanced Management Journal*, Vol. 60, pp. 10-15.
16. McGrath, K.G. and MacMillan, I.C. (1995), “Discovery-Driver Planning, Managing Uncertainty”, *Harvard Business Review* July 1995.
17. McGrath,Rita Gunther and Ian MacMillan (2000), “The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty”, Harvard Business School Press,Boston.
18. Miller, L.M. (1992), “Barbarians to Bureaus.” Fawcett Books.
19. Nesheim, J.L. (2000), “High-Tech Start Up.” McGraw-Hill Book.
20. OECD (2004), “Financing Innovative SMEs in a Global Economy.”

21. OECD (2006) “The SME Financing Gap: Theory and Evidence.”
22. OECD (2009) “Biotechnology statistics”.
23. Tooth and Greater London Enterprise (2010) “Mini-Study on the Access to Finance Activities of the European Creative Industry Alliance, Report to the European Commission – DG Enterprise and Industry, 2010” °
24. United Nations (2010) “The Creative Economy Report 2010”
25. Watts, Michael and David Goodman, 1997. Agrarian Questions: Global Appetite, Local Metabolism: Nature, Culture, and Industry in Fin-De-Siecle Agro-Food Systems. In Globalizing Food: Agrarian Questions and Global Restructuring, ed. David Goodman and Michael Watts, 226-232, London and New York: Routledge.

## 附錄一 中小企業信用保證基金《訪談紀錄》

訪談對象：中小企業信用保證基金 詹益耀總經理

中小企業信用保證基金 張文巧科長

舉辦時間：101年4月19日(星期四) 15:30~17:00

訪談成員：黃博怡教授(實踐大學財務金融學系教授)

唐正道助理研究員(台灣金融研訓院金融研究所)

林慧雯助理研究員(台灣金融研訓院金融研究所)

謝順峰助理研究員(台灣金融研訓院金融研究所)

### 背景說明

台灣政府欲發展六大新興產業，以調整國內過度依賴製造業出口之情形，而資金來源是否能夠穩定，將影響其成功機率。而新興產業當中的精緻農業以及文化創意產業必定以中小企業為主，對銀行而言代表著更高的風險，可能會抑制其放款意願。綜上，企業有時會因欠缺對銀行業授信政策考量之瞭解，而流失取得融資之機會；而銀行亦可能因為不夠瞭解產業特性，因而拒絕融資往來。為有效縮減此一融資缺口，本研究計畫據此為研究主題，以期提出相關具體建議。

### 訪談題綱

1. 目前中小企業信用保證基金辦理的案件中，約有多少比例是跟文創產業相關？
2. 目前中小信用保證在審查文創產業的保證案件時，跟其他案件的審查程序是否有所不同？
3. 您覺得文創產業若需要獲得中小信保基金的保證，有何需要注意的事項？
4. 您覺得目前文創產業獲取融資所面臨的問題主要為何？
5. 其他相關事項。

### 訪談內容

## 唐研究員正道

文創產業申請保證大致上是屬於哪一類別？可能是數位內容、電影、音樂或是其他。

## 詹總經理益耀

基本上，文創產業的定義很廣，並沒有規定規定的歸屬類別，主要還是依照行政院所核定的標準來做。

## 唐研究員正道

關於文化元素的呈現，信保基金是如何去認定文化創意產業的價值？還是仍須以不動產作為核貸的抵押品。

## 張科長文巧

信保基金目前所扮演的角色，主要透過直接保證去配合政府推動新興產業的融資。然而新興產業對於一般銀行信貸衡量是較不容易的，一般銀行所衡量的都是一些成熟性的產業，因此包括拍攝電影「海角七號」，都是難以評估的風險。而我們評估的方式仍以經營條件為主，考量經營團隊是否有這方面的專業、能力及計畫是否具體，且可行性都是需要深入評估的，目的是為了了解過去做的和未來要做的。事實上許多文創產業不論是經營者或團隊在這領域都很專業，且在計畫資金用途上都蠻具體，關於這部分資料，我們多數透過文建會(文化部前身)取得。

文建會(文化部前身)先行針對文創貸款做審查，審查後再移至信保基金，之後會再做進一步的動作，去年四月至今文創貸款受理 28 件，通過 19 個案子。一般來說，透過文建會(文化部前身)文創貸款而來到信保基金的文創業只是其中的一部分；廣義的部份，只要文創業者能將文創相關的元素都包裝進去，則都在受理範圍內，包括新聞局的業務也都是屬於這範圍內。目前新聞局的影視產業貸款現在還在受理，而文建會(文化部前身)也有一部分是在做影視的部分，

呈雙軌進行，之後若併入文化部後應該就可比較一致。基本上，文創的定義範圍算廣，而我們目前在流行音樂方面所做的案子數量較少。

### 唐研究員正道

貴機構對於間接保證的比例很高嗎？若發現企業具未來發展性，貴機構會直接進行投資嗎？

### 張科長文巧

目前信保基金所辦理的保證業務中，間接保證的比例算大宗，但是直接保證則是讓我們更了解企業。倘若企業具有發展性，且文建會(文化部前身)給予的優惠貸款資金仍有所不足，我們在了解企業的需求後，會告知他們申請信用保證，而不一定要透過文建會(文化部前身)。

### 唐研究員正道

電影、陶瓷等文創產業的投資回收，由於投資案本質上不太一樣，是否有專業的團隊去評估或是以其他特別方式去察看他們的投資計劃？

### 張科長文巧

政府單位的審議機制，比如新聞局或文建會(文化部前身)本身有一些優惠貸款，新聞局影視優惠補助 2%三年、文建會(文化部前身)是 1.5%三年，業者知道這些優惠專案貸款就會去申請，申請時會經過一個審議機制，甚至新聞局會有兩次審議，文建會(文化部前身)有一次，都是透過一些專家學者還有一些業者共同審議這些計畫，在這審議以及意見交流的過程當中，我們會更了解產業的狀況。信保基金最優勢的地方是它的規模經濟，因業者散落在各個地方，但他們都會集中在這個地方；而銀行卻是散落在各個地方，所以銀行對一個產業的了解，說實在沒有信保了解。信保基金是電影幕後推

手，透過信保了解企業，不論是哪一家銀行願意融資，最後都會送到信保。所以文創的各種案源會透過直接保證全部直接收斂到信保基金。

### 詹總經理益耀

每個文化創意產業公司的經營模式、規模都不太一樣，信保對於每家公司也不可能都熟悉，所以需要透過一個審議機制，這個審議機制的組成包含專家、學者及業界人士；也就是在審查時要看整體，以比較全面的角度來進行評估，而其中業界人士的意見是很重要的，因為他們知道個別業界的現況，而這也是純粹作財務評估者所缺乏的資訊。哪些人士或團隊是有專業的？這是外界可能要花很大功夫都不見得能快速瞭解的。如同「海角七號」若不看人單看計畫，其實是很難辦理融資，所以業內人士的資訊也是很重要的。

### 黃教授博怡

信保是建立一個人際網絡的關係，它是打入到台灣的文創社群的 network，完全能夠掌握，像我們從事金融工作的經營團隊，因為沒有看到經營報表，所以要看這個人是不是對的，如同巴菲特說：「對的行業，要對的團隊、對的價格。」。文化創意產業的機制，一定是要借助文建會(文化部前身)的審議委員會，會收集各行業的經驗，有業界觀點、技術觀點及學者觀點，都很了解。金融業若要直接貸放，我們沒有這樣的 know-how，所以我們跟他合作只是策略聯盟，它做技術審議我們做資金的協助。政府成立信保基金，信保基金的善良管理責任是事前應該有的注意，就算有風險還是要做，設置信保基金的目的是明知道有風險還是需要專業的團隊去做，至少可以因為行業的景氣波動失敗，但不能因為錯的專業團隊而失敗。

### 張科長文巧

中小企業相較於大型企業是比較弱勢，需要政府給予扶持，希

望我們信保基金可以給予高的保證成數，讓銀行更願意貸放資金給企業。

### 詹總經理益耀

中小企業既然較為弱勢，表示企業的規模不是很大，它需要的資金就不是很大，縱使發生問題的比率稍高，對社會的負擔在絕對數字來講是可受控制範圍內。

### 唐研究員正道

經濟部現在透過工研院的合作，有推出所謂的無形資產鑑價，這對於審查方面有幫助嗎？

### 張科長文巧

目前為止就我們的了解，這個鑑價機制的運作還不是很完整，雖然在會計公報已確認，但現階段還沒有比較具體的案子做出來，反觀信保已經做很多這方面的案子，只是我們還沒將這些案子列為無形資產。基本而言，如果光是透過銀行無形資產鑑價，但是次級市場並沒有建立起來的話，可能無形資產鑑價機制在協助文創業者融資的助益上是有限的。

### 詹總經理益耀

鑑價的價格有無可靠性，它一定要產生商品以後才有辦法。所以必定要存在一個商品化、一個回收現金計畫才有用，而不只是看一個無形資產的價值，也因此對於團隊成員的能力、專業與計畫可行程度的審查變得更為重要。

## 附錄二 文創業者訪談紀錄—彰藝坊

**訪談業者：**彰藝坊

由傳統布袋戲劇團「彰藝園掌中劇團」第三代傳人陳羿錫先生於 1989 年創立，因為積澱著數十年的台灣布袋戲文化傳統的演出背景及戲偶製作的實質內容，得力於祖傳數代的戲偶製作的相關經驗及所保留的相關文物，使其得以專業的涵養從事古典戲偶的研發及製作，且從「做中學；學中做」當中體悟前人的生活智慧及傳統美德。理念是希望完成布袋戲偶的革新，讓布袋戲偶能夠回到孩童的手掌心中，讓傳統文化回歸到日常生活裡。

除了偶戲巡迴各國表演外，也開發出各式各樣的傳統戲偶，其作品廣受各界收藏，成為台灣傳統偶戲重要的傳承工作室。更在 2005 年成立「偶相與花樣工作室」，以傳統布袋戲偶的布品、台灣花布做出布包、筆袋、錢包、杯墊、購物袋與環保筷套等日常用品，並盡可能以手工製作、不大量生產之方式，將傳統文化點滴融入日常生活中。

**訪談對象：**彰藝坊負責人 陳宗萍女士

**舉辦時間：**101 年 10 月 12 日 (星期五) 11:00~13:20

**訪談成員：**謝順峰助理研究員(台灣金融研訓院金融研究所)

戴郁文研究助理(台灣金融研訓院金融研究所)

林芳如研究助理(台灣金融研訓院金融研究所)

**訪談內容：**

### ● 公司之創業背景及沿革

「彰藝坊」源自彰化的「彰藝園掌中劇團」，係由原先擔任貿易公司主管之劇團第三代陳羿錫先生於 1989 年在彰化市成立，1996 年他與妻子陳宗萍女士(輔大應用美術系畢業，早期曾任職於誠品書店籌備處美術組、台北木石緣畫廊)北上誠品敦南店設櫃，開設全國第

一家古典戲偶專賣店「彰藝坊」。業務發展從早期的傳統精製戲偶的復育工作開始，以收藏者及劇團表演使用者為主要銷售對象，1996年誠品書店敦南門市成立，開始開發一系列送禮專用的紀念戲偶，2005與2006年間更成立偶相與花樣工作室以及偶相設計公司朝向戲偶及台灣花布產品多元化發展。

主要營業項目包含表演劇團、戲偶、台灣花布及週邊商品之開發、設計與製作，目前係以自產自銷方式經營，台灣花布及相關產品之營業額已逐漸超過戲偶成為營收主要來源。在福建廈門設有生產基地，由台灣方面負責設計與開發，廈門方面則負責主要生產，兩岸合計大約30名工作人員。曾經以「木偶設計」與「台灣花布」兩項主題分別獲得文建會(文化部前身)之補助。

● **公司財務管理之現況如何？當前資金需求狀況如何？**

由於彰化家族成員之支持，自創業以來，便以自有資金經營為主，就目前規模而言較不愁資金來源問題。1996年北上發展時曾向行政院青輔會申請100萬元之青創貸款在台北開店。由於傳統布袋戲在當時相對稀少，加上收藏家的需求強烈，因此營收獲利情況不錯，在1999年購買了永康街公司所在地的房子，開店5年間已經賺進千萬，當年主要營收來源除了來自於收藏家採購外，在1999年接獲誠泰銀行史豔文與女神龍的大訂單，讓公司賺進約600萬元。當時買進永康街房子花費1,000多萬，現在的價格大約漲了3倍，目前公司營運周轉金及投資支出除自有資金外，主要是靠永康街的房子向銀行抵押貸款而來。

負責人在廈門也有房子，但向大陸銀行借貸不易，借款利息大約6~7%左右，且當地銀行並不像台灣的銀行體制健全，服務品質亦不如台灣。在大陸當地的銀行貸款，每年時間到了要先還款再貸出來，中間須間隔十天，換單時的空窗期銀行主管會告知客戶可去民間籌資，利率頗高。由於大陸民間貸款利率非常高，導致中小企業經營相

當困難。

● 經營上目前所面臨之問題何在？有無因應之策？

2003 年 SARS 之後全球的經濟是往下走的，整體而言，對文化創意產業的衝擊很大，對彰藝坊而言榮景不再，經濟狀況不像開店前五年。當初彰藝坊多數的收藏家都是中產階級，許多中產階級的客人都移向大陸發展，甚至於定居在大陸。隨著景氣低迷，整個消費生態也有所轉變，到誠品的顧客只購買幾百塊的東西，提袋率也越來越低。加上年輕消費族群喜好的轉變以及經濟的不景氣，消費者會將金錢用在食衣住行生活上的必需品以及消費電子商品，而造成文化產品提袋率逐年降低。

其次，手工布袋戲產業本身面臨很多環境因素影響，大陸的員工培養不易。一開始未在台灣生產便是因為台灣勞動成本高，根本無法培養。大陸現在手工的成本已經跟二十年前的台灣差不多了，二十年前會選擇在廈門而不是在台灣，因為當時在台灣刺繡一件衣服的成本要 7,000 元，再者這些手工刺繡一件衣服都要花將近一個星期，成本相當高。為求兼顧速度與精緻，未來也不排除會發展電繡，但可能需要大量的資金跟人力投資，大約需要五年的時間才能回本。由於布袋戲要做轉型不太可能，故公司在十二年前開始做花布，花布因使用範圍廣，在推廣上比較容易，因此市場反應很好，現在花布的業績除國內顧客外，主要是靠日本及大陸觀光客購買，目前花布的業績已逐漸凌駕於布袋戲之上。

彰藝坊的台灣花布不在台灣生產，原因在於台灣大型印染廠都移至大陸，剩下都是小廠，年輕人都外移大陸或者轉業，留在台灣的經營者也抱持著得過且過的消極經營心態。留在台灣的小型印染廠雖有機器設備，然而數量要夠大才有意願做印製，量小的客戶往往無法直接接觸到工廠，必須透過布商中介才能印製這些花布，透過布商成本一碼一百多元非常昂貴，已經非常接近臨售端的價格，導致無利可

圖。現在彰藝坊也轉型在開發布料設計這一塊，會去大陸印製也是因為大陸廠商對機器設備要求相當高，從義大利進口機器設備品質很好，又可少量印刷。

布袋戲本身是高單價的商品，無法大量生產。彰藝坊與河洛坊的差異，在於河洛坊是向大陸購買再拿回台灣賣，並非自己生產設計，彰藝坊則是自己找尋圖案傳送給位於廈門工作室的師傅去製作，做出的東西比較具有台灣特色。

#### ● 融資方面所遇到之問題或建議

根據過去向台灣銀行業申請融資經驗，審核時間冗長，業者又必須放低姿態，到最後核貸的金額也不到 100 萬，利率又高，重點是每年換單都必須先還款之後才能再貸放出來，手續相當繁瑣。建議銀行或政府應該像家長一樣，要用長遠宏觀的思考及專業的角度去看文創產業的需求，未來文化幼苗的成長需要政府用專業的眼光去看文化產業，透過專業人士去評估文化產業，針對潛力產業則應該考慮多注入資源在這個產業裡，否則對文化產業的成長沒有大的幫助。政府在不違背核心價值的前提下，應該想出一套辦法，有很清楚的目標和方向，就不用擔心外界的眼光及輿論壓力，政策下來並不是要讓每一個企業都受到完善的照顧，政府應該要先抓住重點產業再實施政策，方能使資源做最有效運用。

文化這類東西一直被當成奢侈品，對大眾而言是可有可無，但對社會大眾而言是一種精神層面的東西，就台灣一般世俗面的想法，文化偏向於公益取向，沒有實用價值。文化創意產業要在台灣成長，政府必須投入很大的心力去經營、宣導及示範，並以身作則，諸如北歐國家。台灣的政治變動相當大，政府對於文創產業的出發點應該更加明確、完整，否則在資源的分配上會產生浪費，在政策實施上也較沒有成效，想要每一個產業都兼顧，到頭來沒有一項文化產業是核心主軸。台灣的地理條件特殊，孕育出許多豐富的東方文化，加上受過日

本殖民統治吸收的日本文化，讓台灣文化非常多樣，台灣自身擁有的這些文化卻沒有好好重視，因為政黨的輪替、執政黨的理念差異，對文化產業造成很大的衝擊，間接也造成破壞。對文化藝術而言，要用開放、包容的心去看待，不應該有政治界限、刻板印象。

陳女士也表示文化補助已經講了非常多年，過去曾去文建會(文化部前身)聽過文化貸款的說明會，資料準備內容繁瑣又複雜、一大堆的條件審核、貸款利息又高，所給的貸款金額不多，多數的文創事業不夠成熟，又屬個人工作室，並不是有登記的公司，加上內部沒有完整的組織管理，無法提出完整的企劃書或者財報。導致對銀行、政府而言，文創產業很難認定、掌握，資訊不對稱情形相當嚴重，又沒有實際的擔保品，使得業者不易取得融資來源。彰藝坊曾經接受過文化部兩次的文化補助，一次是布袋戲，另一次是台灣花布，政府要給予補助，除了要寫計畫書的流程外，還要給文化部委員們做審核，在幾百件的文化案件選出幾十件給予資金補助。

文化產業在台灣能夠賺錢有限，文創並不是一個賺大錢的行業，就如同養地耕作，前幾年的花費都是投資在養殖、培育，這些都是需要包容和長遠的投資計畫，台灣因為政黨輪替，政策四年、八年就改變，許多政策都無法延續下去，讓文創產業無法有任何生機。文創產業發展都是東一塊、西一塊無法匯聚，對台灣文化沒有一個完整充實的意象。另外建議政府能集中資源，有效結合文創與觀光產業，形成產業聚落，發揮群聚效應，替文創業者找到一個好的通路，否則以過往在誠品或其他百貨公司設櫃經驗，營業額沒有達到一定水準將很難生存下去。

## ● 其他意見

文創產業發源於英國，這產業畢竟是一個外來的東西，而且是現代一個新興的名詞，在外國發展了將近一百年的時間，對台灣而言，現在才開始，要有成果也是需要一段時間，現在是架空在做文創產

業，強調速成，以至於現在很多文創產業壽命都很短。

文創業者有想法、有熱情，但是實體的東西跟不上，文創產業是要落地生根與日常生活作結合的，不應該是炒短線的一時之作。彰藝坊受到家族多年經驗的傳承，所呈現出來的產品、文化都是有基礎的，相信即使過了二十年「彰藝坊」仍將存在著。

期盼台灣能夠多樣化去發展自己特有的文化，台灣花布資料豐富可以作為我們的參考資料，也是我們的後盾，因此寫了「花樣時代」一書。

### 附錄三 文創業者訪談紀錄—頑石創意股份有限公司

**訪談業者：**頑石創意股份有限公司

「頑石創意」自 1999 年開創以來，便以多媒體、動畫、遊戲、虛擬實境等娛樂科技技巧重行詮釋傳統文化內涵，將無形的文化資產帶入流行的設計風潮，讓這些傳統的藝術更貼近社會大眾生活，並積極向世界發聲，打造台灣藝術多媒體的第一品牌，曾贏得法國博物館最高成就獎。

在頑石創意不斷探索與發展過程中，以多媒體創作為基礎，從視覺藝術嘗試跨界到原創設計、創意出版等領域，積極經營設計品牌，提升自我的文化創意能量。同時以策展活動切入文化行銷，並在 2006 年提出整合設計的創新概念，期望以全新的文化服務思維深耕台灣設計產業，打造頑石創意在數位與藝術之間的多元面貌。

**訪談對象：**頑石創意總經理 林芳吟女士

**舉辦時間：**101 年 11 月 6 日 (星期二) 15:50~17:30

**訪談成員：**謝順峰助理研究員(台灣金融研訓院金融研究所)

戴郁文研究助理(台灣金融研訓院金融研究所)

**訪談內容：**

#### ● 公司之創業背景及沿革

「頑石創意」係由台大中文系畢業、研究藝術史之林芳吟總經理創立於 1999 年 1 月 11 日，目前實收資本額為新台幣一億二千零九萬元。公司從 13 年前草創時僅有的三人團隊，由接下第一個國立故宮博物院多媒體動畫設計案子開始做起。2008 年 6 月 1 日進駐經濟部中小企業處南港軟體育成中心，透過育成中心的輔導，獲得國內外的曝光機會，亦於 2010 年獲選為「中小企業創新育成中心培育優質企業」之一。在南港軟體育成中心支持下，近年先後成功申請了國科會、經濟部技術處、經濟部中小企業處、新聞局及數位內容研發計畫等政

府獎補助款，透過政府挹注各項研發資源，使得公司得以持續精進人才與引進技術，開發更多創新獨具的作品，順利地踏穩步伐走上國際，拓展獲利。一路發展至今，公司已發展成擁有 80 多人的團隊。

頑石創意提供的服務項目除了主要的多媒體動畫設計之外，同時也從事遊戲、網站、實體產品等設計，甚至提供數位學習、展場規劃、活動規劃、互動裝置等服務。公司最主要的兩項事業重心為——承接專案以及自有品牌經營，由於頑石創意一開始便和國立故宮博物院建立起合作關係，從動畫製作設計，擴展到提供產品設計、互動裝置等設計服務。透過經驗學習，也讓頑石創意擁有了從設計、委託製作，到行銷以及通路開發的「一條龍」業務能力。隨著能力的提升，開發自有品牌也成為頑石創意近年來重要的發展。頑石自創人物「卡滋幫」便是相當成功的自創品牌案例，卡滋幫的人物雛形係來自於從宋代的嬰戲圖，「卡滋幫」的 2D 人物雛形一設計出來，便在 2007 年得到國際動畫雛形獎，2008 年得到主導性動畫新產品的補助，2009 年得到數位內容衍生性商品獎；2010 年正式進軍美國 17 州的電視頻道，成為有史以來第一部進軍美國電視頻道的台灣原創 3D 卡通。

● 回顧公司過往歷史，小型公司融資遭遇何種困難？公司方面如何因應或解決？站在文創業者立場，需要金融機構何種配合？

針對小型公司融資遭遇的困難，公司成長在不同階段所面臨的問題都不盡相同，草創時期還屬微型企業，通常是透過政府的青創貸款等政策性補助或貸款協助下取得資金，不過首要面臨的是撰寫複雜的計畫書且須進行繁瑣的行政程序；當公司成長為小型企業時，信保基金通常在審議會評估後有願意進行擔保，但銀行仍需進行授信評估，例如對於擔保品價值認列等繁複且嚴格的審批，到最後仍可能面臨銀行拒貸的現象；當企業規模成熟後，需進行更大規模的計畫，需求的資金也越多，然此時政府的補助，對於公司而言可能也是不足夠的。原因在於政府不希望圖利個別廠商，而將資源分散，使得推動文創產業化至今仍無太大成效。

公司所面臨到融資問題，不外乎是擔保品不足的問題，目前公司較傾向申請政策資源補助、計畫型輔導或是向有長期往來關係的銀行進行融資。不過銀行端對於文化創意產業的不了解，對於無形資產的鑑價也不完備，仍是融資最大的癥結點，文化創意產業賣的是頭腦與想法，收益通常產生在產品大量銷售後，與一般產業的金流特性完全不同。建議政府與多方相關單位，例如 OTC、銀行業者、會計師公會以及律師公會等團體，共同制定出一套有效的無形資產鑑價機制，讓文化創意產業資產能被適當評價。且建議須與對岸相互連結與合作，把市場做大才有價值。目前對岸已有版權交易中心，台灣還沒有相關的平台或機制，台灣再不開始計畫配套，在不久的將來會趕不上對岸。

- **就今日公司規模與發展需要(包含西進中國大陸方面)，需要銀行或金融機構提供何種服務？**

就策略上而言，公司目前有擴大營運規模以及西進大陸的計畫，為支應未來擴大發展的計畫所需，需要大量的資金，然而銀行端由於擔保品不足或者某些因素，以致於無法支應如此大筆的融資計畫，而目前又沒有以債作股的機制，是以公司正與創投業者討論投資事宜，希望外來的股權資金能有效解決目前資金不足的問題。

今年公司已在北京設立據點，不過目前仍以大股東個人身分投資，這樣拓展速度比較快，不會因一些法規、制度的限制而被耽擱。最主要的問題在於外管局對於外匯的嚴格限制，使得資金來往受到高度的管制，然而這個問題暫時避免不了。個人反而希望政府能協助在大陸發展的台資銀行，做好對大陸台資企業的資金提供者角色，例如對於文創產業較了解的銀行，否則業者只能向大陸當地較大的銀行提出融資需求，然當地銀行對於文創事業以及中小型台資企業的陌生，使資金的取得再度成為阻礙公司發展的問題。

- **以南韓金大中前總統成立文化振興院為例，建議政府應該在營造適合文創業者生存之產業環境上提供何種輔導或協助**

南韓能大力行銷韓國文化最關鍵之處就在於透過文化振興院這個單位來進行政策規劃與落實，回溯到 2004 至 2006 年左右，曾與文化振興院有過交流的機會，個人認為它成功的原因，除了有多方面的輔導措施外，建構從上到下整個系統的完整培訓計畫也是很重要的關鍵。例如一般產業教育通常都以技能為主的訓練，但該院還提供包含了對管理階層的教育、以及種子訓練人才的培訓，最後才是一般從事文創的技能訓練。另外也提供法律面的諮詢、研發設備的提供、整合行銷的平台等，這些都是他能成功的整合性策略措施。所以政府若要推動與支持文化創意產業，除了對於文化教育的培養外，應該讓環境條件更加有彈性，並建立能使公共財更有效運用的機制，降低業者在土地與展場之使用成本，相信文創產業的舞台會更發光發熱。另外，南韓透過戲劇來行銷韓國文化，進而帶動觀光旅遊的做法相當正確，也值得台灣學習。

● **對主管機關或銀行之其他建議？**

政府資源過於重疊，以及台灣文創產業缺乏聚焦與整合，是令人憂心之處。建議對於公共財或相關資源的分配，做更有效地運用。同時正視產業特質，銀行或主管機關應避免使用看待一般產業的方式來評估文創產業，應培養懂文創事業的專業人才。原先預計台灣發展文化創意產業的榮景還有三至五年，但近來發現中國大陸進步的速度加快，透過各種高薪挖角或投入大量資金發展計畫的動作對台灣業界人士進行磁吸及追趕，目前估計台灣文創產業榮景只剩兩年，若不好好把握，將被中國大陸迎頭趕上，這點值得主管機關和銀行業者面對與重視。

## 附錄四 精緻農業業者訪談紀錄—彰化縣有機農戶

訪談對象：彰化縣二林鎮蜜紅葡萄果農 張健家先生

二林農會葡萄產銷班前班長 張春吉先生

張春吉先生早期配合台灣菸酒公賣局在彰化二林大量契約栽培金香，供南投酒場製作葡萄酒。後接受中興大學農學院葡萄中心輔導轉型栽種「蜜紅葡萄」，一年二穫，產季分別為夏季的六七月與冬季的十一二月，由於單價較高且不易保存之特性，因此銷售方式為自產自銷。張健家先生原先在北部從事水電及消防事業，2004年攜家眷遷回二林，並開始專注於果樹及蔬菜栽種事業，現已成為全職農戶、專業大佃農。

舉辦時間：101年9月30日（星期日）15:00~17:30

訪談成員：謝順峰助理研究員(台灣金融研訓院金融研究所)

訪談內容：

### ● 經營之背景及沿革

張春吉先生原先在自有一甲多之農地栽種稻米與蔬菜，於1980年代初期在岳父謝阿奇先生之建議下，成為二林地區第一批配合農會契約栽種金香葡萄之農戶，將葡萄送交台灣菸酒公賣局南投酒場製作葡萄酒，並擔任二林農會葡萄產銷班第一班班長長達十餘年。2000年前後，考量公賣局南投酒廠結束與葡萄農的契作收購合約，失去穩定收入來源，加上在中興大學葡萄中心楊耀祥主任及台中區農業改良場之技術輔導，遂轉而種植蜜紅葡萄(又稱金鑽葡萄)，成為二林地區早期栽種蜜紅葡萄之農戶，並獲得吉園圃認證。張健家先生原本在北部從事水電消防之承包商工作，考量父母年歲漸高，以及經濟景氣惡化、經商條件大不如前，遂舉家返回中部發展經營農園，初期數年同時在中興大學葡萄中心兼職學習最新果樹栽培技術，現今葡萄園區已導入新作法，全部採用網室栽培的理念，以避免鳥群病集蟲害的滋生，並將果園經營朝向有機栽培目標發展，大量減少農藥使用以確保

大眾健康以及維持土地肥力，也畫出一塊地轉種改良後之新品種巨峰葡萄。另外張健家先生為增加收益、降低集中單一產品之風險，以及分攤固定成本與人力成本，近年亦響應政府「小地主大佃農」計畫，辭去在學校兼職工作，並對外承租 1.2 公頃左右之農地實施輪作法，春夏季栽種水稻，其餘季節種植葉菜類、十字花科蔬菜以及蔥蒜類。

● **財務現況如何？當前資金需求狀況如何？**

三十年前開始栽種金香葡萄時，需投入資金整地、建設倉庫、搭建葡萄棚、購買葡萄幼株與相關農業機械等，當初係以向二林鎮農會貸款以及親友間互助會融資為主，但需要土地作為擔保品。由於早期金香葡萄契作收入穩定，且種植面積不小，故已於十多年前還清二林鎮農會之所有貸款，之後便不再向金融機構融資。轉種蜜紅葡萄所需之購買幼株與改建果園倉庫、農舍及添購冷凍機器等多項硬體設備，加上屬於變動成本之肥料、果菜幼苗以及人力成本皆為自有資金支應。

● **經營上目前所面臨之問題何在？有無因應之策？**

經營上最大的問題來自於天候不確定因素與欠缺下游銷售管道。對此，以有限之自有資金投入蜜紅葡萄果園網室設備與自動灑水設施，但由資金有限無法如同學校實驗農場般投入大筆資金購買溫室設備(以現有栽種規模計算，全面建造溫室至少需花費兩千萬之金額)，故仍無法完全杜絕天候影響因素，如遇暴雨或颱風便將面臨莫大之損失。而蜜紅葡萄之銷售原先係部分委託中盤商販售，然由於保存不易以及單價較高，故實行上有所困難，亦難以如同紅薏仁、蕎麥或火龍果般透過農會農特產品展售中心推廣，現今都採取自行銷售方式，主要由張春吉先生之夫人謝麗妹女士負責，部分透過上網 PO 文銷售，並於產季吸引遊客前來採果購買，由於蜜紅葡萄甜度高，種子又有特別的營養成份，因此頗受歡迎，客源尚稱穩定。如前所述，為了降低過度依賴單一產品之風險，尋求更經濟之經營方式，故對外承

租 1.2 公頃農地栽種不同種類之作物。

此外，農業受季節產期的影響很大，農忙時需大量外聘臨時薪工來支應旺季的採收與包裝，農閒時又可能只需一兩人照顧農園即可。對此，另外承租農地輪作不同作物以及進行產季調節為解決之方式。可能隱憂為農村人口流失嚴重，現有之農村勞動力多為中老年人，若不改善，往後數年將面臨農地荒廢無人耕種之情形。

- **未來短中長期之經營規劃為何？**

農業在本質上而言仍是靠天吃飯，不可避免需受到天候因素之影響，而農產品由於銷售價格波動程度高或者欠缺銷售管道等因素，在某種程度上又具有類似商業經營之風險，因此經營上並無中長期的規劃，短期間亦不打算大規模企業化經營，發展策略係以穩扎穩打為主，實際戰術上則是以實施輪種，並增加作物之種類以分散風險。待獲利穩定、累積更多資金後方考慮購置大型農機、投入溫室栽培、擴大種植規模與企業化經營。

- **對於主管機關或銀行之建議為何？**

如前所述，由於農業淡旺季分明，加上受到天候與農產品價格波動太大等因素影響，故年輕人較偏好往工商業發展，多不願意待在農村，導致農村人口流失嚴重，現有之農村勞力多為中老年人，因此急需要導入新型態之經營方式。基此，政府這幾年提出了一些不錯的概念和政策。舉例而言，土地劃分過細，達不到北美或澳洲般規模化經營就是一個很大的問題，「小地主大佃農」的提出雖無法完全解決，但也算踏出了第一步。

國以民為本，民以食為天，農業為國家立國之本，農業不管是傳統農業或者精緻農業，都不應該被放棄，而且台灣農業技術成熟，吸引不少東南亞國家人士前來取經，值得珍惜與發展。但根據過往經驗與觀察，主管機關之補助或投資有其侷限性，多為片面且斷斷續續、不夠集中，缺乏整體與一鼓作氣的力道，可能流於浪費。建議主管機

關提出系統性規劃，搭配精緻農業與觀光休閒產業，打造出地方特色，方能形成產業聚落，增加農村就業機會，並帶動地方經濟成長，此舉亦可解決都會區人口過多之問題。

對於銀行或農會之融資，由於農會融資仍多注重擔保品之有無，以致於有志從事農業或有新型態經營理念之青年若無長輩之有形資產(土地或房地產)做擔保，將無法取得資金融通，更使得年輕人不願往農業發展。現今之環境使年輕人要返鄉發展農業之壓力很大、風險也很高，目前農村也有一些年輕勞動人口，然並非專業務農，多半有兼職或者另一半在工廠或企業服務(以張健家先生為例，夫人鄭佩凌女士即在美商食品廠上班，休假時才前往農園幫忙並協助銷售工作)。建議主管機關與農業金融機構對此議題多加思考，提出解決之道。

## 附錄五 精緻農業業者訪談紀錄—萬寶祿生物科技股份有限公司

### 限公司

**訪談對象：**萬寶祿生物科技股份有限公司林董事長

萬寶祿生物科技股份有限公司溫博士

**舉辦時間：**101 年 11 月 19 日 (星期一) 15:00~17:30

**訪談成員：**唐正道助理研究員(台灣金融研訓院金融研究所)

戴郁文研究助理(台灣金融研訓院金融研究所)

### 背景說明

農業發展是國家的根本，過去陸續在產業方面追求卓越進步，各界已有目共睹。而隨著農業組織的發展，許多以公司型態營運的農企業也日益增多，對於整體市場的發展有正向效益。然而，一直困擾著農企業的問題，在於資金的融通管道偏少，因此，如何建構農企業多元化的資金融通管道，自然成為近年來政府所重視的課題。

### 訪談內容

#### ● 是否可先針對貴公司的概況進行簡單介紹？

本公司於 2004 年創設，以自然、健康、活力為訴求，致力於提升人類健康(延長壽命)及生活品質(活得快樂)，以推廣機能發酵性保健食品為主軸，打響萬寶祿(one power)自創品牌。而本公司從農業的角度出發，希望建立食品安全重要的觀念，我們在選用時食材上也是相當嚴謹的，利用大量水果、蔬菜以及草本，經過發酵後生產純天然的健康食品，我們在處理上也是利用與醫藥品級的高規格生產技術與品質要求，建立目前良好的企業形象。

#### ● 貴公司的競爭力與經營上是否遭遇問題？

目前公司資本額約 3 億元，營收也逐年穩定成長，本公司的競爭優勢在於以實例為產品效用作保證，已累積相當多的見證報告、實證

報告與獎項，證明公司產品的效用與功能，亦仰賴口碑提高品牌知名度與傳染力，相信在三年內可以打響「台灣萬寶祿」這樣的品牌效益。

在公司營運上目前資金的運用都用在擴建廠房與增購機器設備上，進入資本市場也是我們的目標

- **其他對於相關主管機關的建議。**

政府積極推動六大新興產業，但似乎雷聲大雨點小，而大陸卻積極且有行動力的佈局，大陸地區已有廠商與我們進行策略結盟，甚至地方政府已準備好資金與土地，邀請台商設廠生產，我們當然希望將台灣獨門且專業的技術根留台灣，但是台灣的政府給予我們的只有幾百萬的補助款或是貸款額，也許開拓大陸市場的風險較高，但發展潛力仍較台灣為大。

另外政府積極推動農企業進駐生物科學園區，但以實際案子為例，相隔不到一條街的距離，台糖的土地每月 12.5 萬的租金，而園區內的租金卻要 250 萬，這樣的問題會讓中小企業難以生存，也造成政府規劃了國家型生物科技學區，卻很少廠商願意進駐很大的主因。

而政府積極發展農業，希望農企業能進入資本市場籌資以解決融資問題，但對於農企業廠商很大的問題在於農業用地的取得，今天公司的原物料皆為新鮮蔬果與草本植物，需要農地摘種，但公司屬法人並非農民身分，無法以正常管道取得農地使用權，所以很多被政府稱之為的農企業，在優惠措施上的幫助幾乎沒有。政府需重視的問題是如何讓農企業取得農地，成為農產品的加工廠，進而成為農業生物科技公司的用地。

政府若以發展農業、服務農民為福祉，應先從協助農企業發展開始，農企業的經營上其原物料或是技術上與農業是密不可分的，如何能協助農企業發展，對於農業有一定的幫助，個人提出一種想法，「政府幫農企業、農企業幫農民」，政府協助農企業壯大，農企業需要的

原料向農民購買，所以政府幫農企業就等於是在幫農民，這樣也可以解決休耕、失業的問題，當然這是個人一種很簡單的想法，但也是政府相關單位可以思考的問題。

談到休耕問題順帶一提，很多人認為受污染的土地就無法作為農用土地，其實不然，受污染的土地可以蓋溫室，可作為非土、水耕之作物培育的地方，所以如果有受污染的土地荒廢中，也歡迎與本公司聯繫。

## 附錄六 《座談會會議紀錄》

### 「文化創意產業投融资座談會」會議紀錄

舉辦時間：101 年 5 月 31 日（星期四）下午 3 時至 5 時

二、舉辦地點：實踐大學國際會議中心

三、主持人：黃博怡教授 實踐大學財務金融學系

四、與談人：(按姓氏筆劃排序)

李智仁 台灣金融研訓院金融研究所副所長

邱明慧 中國信託創業投資股份有限公司總經理

張萬同 實踐大學財務金融學系教授

詹益耀 中小企業信用保證基金總經理

廖燦昌 台灣中小企業銀行總經理

五、會議內容

#### 研討案例

研討案例 1 - 綠色高效：智慧城市之設計開發

IBM 智慧城市計劃主持人：岳梅櫻 博士

為什麼要做智慧城市？目的就是實現智慧地球，去做綠色環保、節能這些事情，所以我們前往每一個城市去推廣「智慧地球」這個願景。隨著科技的進步、交通運輸的便利，大多數的人口已遷移至城市定居，2007 年已經有 3.3billion 的人口居住在城市裡，未來在 2050 年會有將近 70% 的人口，約 6.4billion 的人口定居在城市裡，這相當於每一年地球會增加七個紐約市。大量人口湧入城市，這也讓都市化的過程帶來相當多問題需解決，比如以下幾點：

- 由於網路效率降低，導致 40% - 70% 的電力浪費
- 現有的油井只能開採出 20% - 30% 的石油
- 美國紐約市在交通高峰時，平均 40% - 45% 的車輛在尋找停車位

- 美國每年出現 220 萬起由於手寫處方導致的配藥錯誤，而電子醫療記錄每年可防止 10 萬人因為醫療失誤而死亡
- 效率低的供應鏈使得消費產品和零售業每年損失 400 億美元，相當於總銷售額的 3.5%
- 金融市場因為缺乏有效監管，盲目擴張而造成危機

隨著人口飛快增長、氣候變遷日益劇烈，人們對城市基礎設施的需求愈來愈高，希望能夠建立更安全的居住環境、優質的學校教育、合理的房價、便利的交通、完善的醫療系統等的智慧城市，面對都市化所衍生出來的問題，IBM 提供完整的智慧城市解決方案，從政府、交通運輸、警政與緊急應變、電力與水資源管理，世界各地的智慧城市正透過基礎設施智慧化，如數位化、系統連線等，並建立 IT 基礎架構，進行感測、分析以及統整資料，進而建立更動態的智慧城市。所謂「智慧的地球」是由物聯化、互聯化與智能化三者所構成，將物品嵌入感應器之後，再透過網路的互聯，如何將物品智能化進行追蹤、控管和收集資訊。

IBM 透過尖端的科技技術，在新加坡、布里斯本和斯德哥爾摩，交通官員都運用智慧型系統來減輕塞車與污染。在主要城市如紐約市的公共安全官員，他們除了要解決犯罪及緊急應變之外，還要協助預防這些問題。在巴黎，大型醫療院所則導入整合式病患照護管理解決方案，以促進其商業應用程式之間的緊密通訊，從而讓他們能夠追蹤住院病患的病歷。義大利和美國德州則運用智慧型計量器與儀器，以便讓城市中的供電網變得更加穩定、有效率，而且準備就緒隨時可以整合再生能源與電動車。某個美國大城市則建置整合的管理系統，以協助識別及重整表現不佳的學校，並且提升學生的課業表現。上述的解決方案，在當地都發揮了實質影響力。在全球都市時代中，這些城市將會成為經濟、政府組織、文化與科技方面的供應鏈。

## 研討案例 2 - 互動科技：在花博夢想館預見未來

## 台大電機所：黃恩暉 博士

互動科技主要是為將「互動裝置、舞台表演、互動劇場、電腦視覺感測、即時電腦繪圖以及 AI(人工智慧)等六項結合為一體的科技」，這樣的一項科使得在夢想館內的觀眾可以直接與環形劇場的動畫做互動，是一項極具科技性質的技術。互動科技主要分為三端：

1. 接收端(投影機、攝影機、呼吸感測器、心跳感測器等偵測互動者發出的訊息)
2. 處理端(AI 人工智慧,分析互動者發出訊息的含意並將應對動作發送至輸出端)
3. 輸出端(顯示)

以現階段互動科技可做到的有三種互動感應：1.呼吸 2.心跳 3.揮手。但互動設計仍限於按鈕觸發的型式：到了某個地方 要讓畫面的變化更進一步就去壓按鈕，揮手(按鈕式)呼吸、心跳都像碰觸按鈕一樣，但以目前來說大量的投影機與感測裝置在大型空間，但互動效果是各自獨立的，每個感測器所引發的互動效果都是獨立不相干的。

互動科技最主要的宗旨是在於，讓觀眾「參與」作品，而不是用「參觀」，讓產品與觀眾互動來提升作品的能見度與價值，用「參與」來讓觀眾心中產生更深刻的效果，譬如觀眾可以藉著捧起水中的杯子來參與一個作品(台北故宮的山水畫境)，更進一步來說(在北京故宮的演出表演的舞者的移動可以影響水中的魚)。但現階段僅完成至單一互動，也就是說都是預先設定好的一個結果，以呼吸、心跳、揮手為按鈕觸發，所以現在結果也是預先設定，那未來的目標是要將作品賦予生命，讓作品成為一個生命體，來達到既深且廣的互動，舉例來說，當 A(互動科技 AI)與 B 二個人要談判，不是照著自己固定的劇本各自表述，而是根據對方的反應還有自己表達過的內容以及溝通的目標，來判斷下一步該如何敘述才能達到目標。

以這些想法與架構，讓作品成為生命體並擁有(記憶、學習、理

解、推論、行為)的能力，並讓現階段僅有的限於大型空間中的獨立小型互動，變成為由作品來串連所有觀眾，讓觀眾之間也產生互動裝置的感知與反應的範圍更廣，在這種情形下，電腦程式會複雜很多，相對就需要更高的電腦程式技術的投資。

## 專家與談

### 詹益耀總經理

不論是那個產業，都一定少不了資金的問題。在他們拍完賽德克巴萊以及之後一個短片的案子，他們很感謝信保基金還有台灣中小企業銀行給他的救命錢，畢竟拍電影一定需要資金。文化產業是一個以無形資產為主的產業，因此要評估它是有一點困難，比如說「海角七號」這部電影，當時在看這案子的時候，坦白說我們心臟要很強，不然你根本不敢簽名，因為魏導演在拍「海角七號」之前沒拍過長片，只有短片，光看他的財務報表你會很擔心，公司的資本額很小、營業收入一年一點點、成立三年加起來只破幾百萬，但現在拍片卻要借 1500 萬，而且還要面臨可能電影還拍得不好或者是電影叫好不見得叫座的結果。在那段期間，台灣的電影產業(國片)並不興盛，但政府要幫助這些產業發展，就設置了中小企業信用保證基金，主要功能就是要幫助產業發展。像是「海角七號」就是我們給他保證，而台灣中小企銀給他貸款，這使後來台灣的電影產業國片慢慢有了起色，這個成果和投資把整個氛圍都帶上來，這對我們產業的發展是有幫助的。

信保基金就做這些事情，尤其是中小企業或任何產業需要資金周轉或購買設備，若到銀行去貸款，銀行會考慮風險大小，畢竟銀行是營利事業，銀行會衡量企業風險，若企業無擔保品銀行就會猶豫。不過銀行也認為中小企業很努力經營，且未來有發展潛力，銀行就應該支持，不過銀行支持也會考慮要是企業屆時真有還款真有困難該如何，那時就要由信保基金來保證，因此政府會捐助一筆錢

到信保基金，讓信保基金來擔任這個角色。現在的學生貸款，貸款利率低，以前利率有高達百分之六、百分之七以上，政府考量學生的身分，讓學生貸款利率降低，但銀行考量貸款期間長利率無法降低，因此，可以透過信保基金來保證，這也是政府成立信保基金很重要的功能。

回到文創，不單只有電影，我們在法國看到一個特別的建築，那也是信保基金保證的客戶，現在有二個案子在進行，還沒有出來，各位以後可能會看到有一部電影，我記得資金不是很大，電影拍攝是以景美女中的拔河隊為背景，那個案子有點類似海角七號的情況，導演也沒拍過什麼片子、金額也不是很大、資本也很小，但是他跟景美女中的拔河隊有長期的互動，所以才會拍這個片子，現在還沒出版，才剛申請貸款而已我們還沒保證。另外過一段時間各位也可能會看到園明園的一些展覽，也是透過我們的基金的協助，他比清明上河圖看起來更精彩，各位可以期待。除了這些以外還有像法藍瓷，各位知道我們中國的陶瓷藝術是多久以前開始-一千三百年前開始，燒的熱度最好的是多少度？也是一千三百度，高雄有一家公司他在做這個東西，這個藝術家到美國待了差不多二十年，他一直覺得這藝術應該根留台灣，留在高雄他的家鄉，所以在高雄旗津成立了一家公司，他做的藝術品非常漂亮，但現在還沒有知名度，我們也跟他保證希望把各位有關於文化產業透過信用保證，讓銀行風險降低比較願意膽子大一點貸款給他，那我們台灣的文化創意產業就可以發展起來。

### **廖燦昌總經理**

剛剛 IBM 業者有提到銀行都有一點銅臭味，確實是這樣，在這的各位都是非常有名，在創意、概念或設計各位都是專家，但是站在銀行的立場來說大概要講一點風險管理，那勢必要看看你的 Cash Flow，當你的商品從你的創意、概念、設計到產品的成品出來以後，

有沒有市場？剛剛提到海角七號、賽德克巴萊我們對他融資的部份，在電影來講，其實這些融資過程一定會有成功也有失敗。

文創產業不僅是電影，它是涉及包括音樂、數位，還有很多設計，其實都是相通的，一開始在初創且小規模的時後，要評估成長期有沒有那個動能，那個「動能」就是財務的部份，之後你便可以做高度的推動，但是各位我們常常看到，如果你有非常好的創意，有非常好的概念，但是你的計劃書不會寫，你的概念能不能讓一個完全不懂的人來看出這個東西將來、將來有沒有可能回收、有沒有辦法讓人感動到這個市場將來一定熱賣，這是很重要的問題，這部份也就是到現在文化局現在提供 250 億的專案融資策略以及優惠貸款的融資，但貸出去案件非常少的關鍵。像我們現在國內的民營銀行大部分都沒貸放，有貸的是公股；公股行庫來看，我們本行占大概約 8 成以上，顯然這個部分是政策推廣、審查機制裡面不像原來大家想的這麼容易，像文建會(文化部前身)早期還有新聞局都有開放申請，申請完之後他們會去初審，再去銀行，銀行再評估，可透過信保基金協助保證。這個過程要能夠順利，需要業者非常有概念、創新還有你的設計裡面都非常好，加上剛剛提的財務的規劃，你做的產品多久能夠回收等。

我們在融資的過程裡，可以透過銀行的管道，還有其他管道，也可以找自己的親戚來投資；找創投來投資，那怎麼會用創投來投資，表示在你的風險較高且處於初創時期，銀行大部分比較保守，他一定是等比較穩健的時候他才會介入協助，但到那個時候中小企業也不需要銀行了，大致上已經穩定了，顯然在這一部份，政府、主管機關、銀行和我們的業主，我們大家還是需要互相溝通將這個機制建立好。其實文創業在我們國內貢獻非常大，我們做過的幾部電影，像是海角七號、賽德克巴萊、雞排英雄、殺手歐陽盆栽，這些都是我們做的，但是有些有聽過有些沒有，有些電影以前我們融資給他，在你的印象中也不是很好，但是針對這個文化產業我們還

是極力推展。

你有沒辦法寫出一套創意的概念，讓他書面化，讓所有要協助、要融資的大家都能夠很放心，才是我今天要提供給各位最主要的概念。

### 邱明慧副總經理

中國信託創業投資股份有限公司乃是經濟部「加強中小企業投資方案」所認可的資金管理機構，也同樣是文化部的「加強投資文化創意產業委託投資管理計畫」所認可的專業創投公司。我們做這行其實非常辛苦，從去年開始我們做文化創意產業，將近一年半的時間訪問過二百個 cases，其實我一直很不想講電影因為電影不是我們的主軸，去年開始我們陸續投資了殺手歐陽盆栽、痞子英雄和景美女中的拔河隊那動人的故事，這個我們最近也會做投資，我們大概投資了三部電影，另外，有一個文化創意產業是霹靂布袋戲，是一個 3D 電影的動畫，還投資了音樂公司，最近也在陸續看幾個網際網路相關應用的公司。

我們創投所做的事其實是冒著很大的風險，在還沒看到這個產業成長潛力的時候做投資，當然我們要把我們的附加價值帶給他們。我自己跟大家分享一下我碰到的困擾，我跟這些電影人接觸的時後我常常覺得，基本上存在許多立場的不同，如果你去聽魏導他在講賽德克巴萊他那時後籌錢籌的很辛苦，還好有詹總與中小企業廖總等，但以他的公司而言，如果他這部片花三億去拍的票房有一億的話，那他覺得對整個社會的貢獻是四億；但對我們投資人來講如果你花了三億去拍，回收就只有一億的話，那麼利潤就是負二億，中間這個 gap 很大，這也是我們在做電影投資的時後，溝通的時後碰到的一個最大的困擾。我覺得是立場不同，所以我們所做的東西是一個翻譯的角色，就是把這些不同文化然後讓他們的想法和資金的提供者做結合。我自己一直覺得，其實去年我們做電影的案子，

剛開始做的時候，我幾乎前一、二個月中每天都失眠，原因是我們的金控最注重風險，但後來我認為我做這件事很有意義，像殺手歐陽盆栽。我覺得我們是第一個全台灣金融機制，像我們以前看到郭台強、郭台銘這些老闆，他們願意投資國片他們都是個人老闆決定的錢，但我們是第一個由金融機構、法人經過審慎評估以後來投資國片，這有個示範的作用。

其實法人擁有的錢都是比較大，一、二千萬，一、二億對一個製片家都是很大錢，但是對於不管是 PE fund、銀行或是像我們這樣創業者，幾千萬其實對我們來講都是 medium size or small size investments 那如果我們敢做這樣子投資的話，其實我們對這個產業是看好的。那另外一個就是我們消費金融非常強所以各位如果去年殺手歐陽盆栽如果有印象的話，那時使用我們的信用卡刷卡有相當多的優惠，像殺手歐陽盆栽去年票房第五名，對我們來說是一個很好的成果，對我們來講我們賺了一些小錢，對於製片方來講超出他們原先的票房預期，我們引導中小企業基金一起投資，他們也對於產業發展、對於國片有一個很好的記錄，我自己一直覺得，我們在做投資的時候，其實是很想讓這個產業一起發展起來。

在座我看有很多學生如果你想成為東方的 facebook 或是全球華人的 angry bird 公司，那請你先想一下說我為什麼要把錢交給你？這件事其實我覺得對我來講，每個導演和製片人都是一樣，你的立意很好且你想創造出什麼東西都沒有問題，但是因為我是一個投資，對我來講，我必須去說服我的長官、委員，如果你是企業、是商業行為，你不賺錢的話，我為什麼要把錢託付給你，要捐贈需要 information，我們有慈善基金會、公關、社會形象，各式各樣的 NGO 來做，那我們有些銅臭味比較重的銀行，因為我們後面有很多股東，我們必須對股東交待，就像我們管文化部的錢和中小企業的錢，每月、每年要跟他們報告，所以在這樣的情況下，你必須是一個負責任的銀行。

我常碰到很多導演、藝術家，每次跟我說：「唉呀！如果你不投資我的話，你實在是喪失一個最好最好的創作作品」，我有時後都很耐著性子跟他們解釋，最後其實我想要說的，我非常讚同黃教授，也就是說，跨界領域，因為每個人的想法不同、溝通不同，所以常常會有一些誤會，但我過去一年很高興參與了這個產業，也期待我們每一次案子都有很好的回收和互動的過程。