

韓國文創產業的政策與發展

The Policy and Development of Cultural Creative Industry in Korea

文·圖 / 郭秋雯 Kuo Chiu-wen (國立政治大學韓國語文學系助理教授)

本文以法規與數據為基礎，於前半部檢視今日韓國文化創意產業的定義、法令、發展方向與現況，後半部分分析其文創產業發展的困境，並為韓國之文化產業法規與台灣文化創意產業發展法進行簡略比較，在為韓國的文化內容產業提供政策與實務的概觀之外，亦為在文化創意產業脈絡下的韓國工藝產業發展，提供了一個側面梳理。

Taking the Framework Act on Cultural Industry Promotion and statistics as its basis, this essay examines the definition, related laws, and progresses of today's cultural creative industries in Korea, provides its view on their dilemma, and contrasts the cultural policies of Korea and those of Taiwan. Its survey of the policy and development of Korean cultural contents industries may shed light on how craft industries, in the context of cultural creative industry, have achieved in today's Korea.

韓國文創產業的定義與特徵

「文創產業」一詞在韓國稱為「文化內容產業」，在「文化產業振興基本法（1999年制訂、2009年修訂）」第二條第1項將「文化產業」明文規定為：「與文化商品的計畫、開發、製作、生產、流通、消費等相關之產業……將文化要素具體化，創造經濟附加價值的有形、無形之財物（包含文化相關的內容、數位文化內容），以及相關服務等」，並定義了文化商品之具體範圍八大項，列舉如下：

1. 電影、video
2. 音樂、遊戲
3. 出版、印刷、刊物等
4. 廣播影音
5. 文化財

6. 漫畫、個性化商品、動畫、教育娛樂、手機、設計（產業設計除外）、廣告、公演、美術品、工藝品等相關產業

7. 數位、多媒體文化內容之收集、加工、開發、製作、生產、儲存、檢索、流通等相關服務產業

8. 傳統服飾、飾品等，舉凡將傳統文化資源加以應用並經大統領令訂定之產業

韓國的文創業運用了OSMU（one source multi-use）原理並產生窗口效應（window effect），亦即，用一個素材（one source）衍生出多種商品（multi-use）並將之普及化。如果將文化內容視為one source，那multi-use就是指電影、動畫、出版、漫畫、遊戲等商品，而這樣的效應便是所謂的窗口效應。

以曾在韓國創造最高收視率（57.8%）

1-2 北村韓屋村的傳統工藝推廣中心

3-4 北村韓屋村的中國結

5 大長今的附加價值——文創商品



且風靡亞洲的韓劇《大長今》為例，這部戲就是one source一個題材，那麼由《大長今》衍生出來的動漫畫、小說、歌曲、食品、主題樂園、出版、個性化商品（娃娃玩偶）、遊戲、觀光、出版等就是multi-use，僅由一部戲就可以創造這麼多商機，所引發的經濟效益更是無法計算。

令，不過，對文化產業的具體支援應始於金大中所領導的「國民的政府」。

金大中政府推動了許多文化產業相關計畫，如1998年的「國民政府新文化政策」、1999年的「文化產業振興五年計畫」，並宣布文化體育觀光部預算須維持在政府總預算的1%以上、2000年的「文化產業展望21」與「電影產業振興綜合計畫」，以及2001年的「文化韓國展望21」，其中「文化韓國展望21」計畫更是直接促成了「韓國文化創意產業振興院」的成立，可謂文創業的最高推手。

1999年2月制訂的「文化產業振興基本法」，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8月正式成立，隸屬於「文化體育觀光部（簡稱文觀部）」。此時，與文化事業有關的機構尚有「放送影像產

韓國文創產業發展動向

· 沿革

韓國的文化產業起源很早，不過早期的相關政策主要集中在大眾文化，並以「規範」為主要策略，到了90年代初期，政策才由「規範」改為「振興」。1993年金泳三所領導的「文民政府」，在當時的文化體育部主導下，訂定了「文化暢達五年計畫」，其中文化產業首度成為為重要的政策目標之一。緊接著在1994年設置「文化產業政策局」，開始訂立文化產業相關法



5



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5月7日將這些機構整合為一，並以「韓國內容產業振興院」為名，繼續推動文化事業。

· 相關支援法令政策

韓國政府在文創業發展上扮演了舉足輕重的角色，可謂幕後大功臣。通常國家對一個產業的支援模式有三種，一是全部由國家主導支援的「國家主導模式」；一是類似BOT模式，交付給民間團體負責，而政府給予間接的支援，稱為「市場主義模式」；一是「混合型模式」，政府採用補助金或減稅等政策來獎勵民間團體對產業的支持。其中「混合型模式」最被廣為使用，韓國亦然。韓國為了誘發民間參與開發文創業，推出了許多獎勵方案。從下列「文化產業振興基本法」中所規範的十四條支援提倡政策，不難發現韓國政府欲提倡文創業的高度決心：

第7條（支援創業）：為了促進文化產業的創業與創業者的成長發展，可以給予必要的支援。

第8條（支援投資公司）：依韓國「中小企業創業支援法」第10條規定，已登記之中小企業創業投資公司，及依「專業授信金融業法」第3條第1、2項規定成立之授信金融公司，得向文化體育觀光部申請各項相關支援，並在會計年度結束前提交結算書。

第10條（支援製作公司的製作）：文化體育觀光部長官或市/道知事為了強化文化產業的競爭力與促進優良文化商品的製作，可以給予製作者需要的融資資金或其他支援。

第11條（支援獨立製作公司的製作）：除了給予獨立製作公司必要的支援外，韓國政府亦要求廣播電臺得對獨力製作文化相關產品之產業提供必要援助。

第12條（建構公正的交易秩序）：從業者對於文化商品的製作、販賣、流通等，不得觸犯著作權法或利用其職位之便進行不法契約或取得不正當利益。

第13條（獎勵數位識別商標的黏貼）：為了獎勵在數位文創商品貼上識別商標，文化體育觀光部長官得以給予必要支援。

第14條（專門流通業者之設立與支援）：為了1.共同購買與販賣設施的經營、2.共同網路的經營、3.共同物流倉庫的設置與經營，相關業者得以向文化體育觀光部申請必要的支援。

第15條（優良商品的指定與標示）：1. 文化體育觀光部長官或市道知事可以選定優良商品。2. 經選定之商品，可貼上優良文化商品選定之字樣商標。3. 文化體育觀光部長官或市道知事可以委託振興文創業之相關法人或團體代行第1項業務。

第15條之2（優良文化計畫案的指定等）：文化體育觀光部長官對於創作性與成功性較高的文化商品製作計畫案，可選為優良文化計畫案；對於經濟性、技術性波及效果較大的文化商品製作公司與文化技術開發者，可指定為優良文化業者。文化體育觀光部長官為了挖掘、育成優良文化計畫案與優良文化業者，得協助推動必要之事業。

第15條之3（優良文化計畫案指定的取消）：以不法之行徑取得優良文化計畫案者與優良文化業者、未達政府規定標準之情形者，文化體育觀光部長官得取消其資格。

第20條（國際交流與海外市場進出的支援）：為了促進文化商品的出口競爭力與活絡海外市場，凡經由與國外業者共同製作、放映等方式進行海外行銷、宣傳活動，以及吸引外資進駐，或參與國際影展等業者，得向政府申請支援。

第27條（免除各項分攤費用）：進駐文化產業園區之業者得免除「山林法」第19條造林費、「農林法」第38條之農地調整費、「草地法」第23條第6項草地調整費之課徵；另依照「都市交通整頓促進法」第36條，設立文化產業振興設施時，相關業者得免除「誘發交通擁擠」之改善分攤費用。

第30條（租稅優惠）：凡投資文化產業之文化產業振興設施、文化產業園區、製作公司、投資公司、投資聯盟等創業負責人或投資者，得依法享有租稅優惠。

第30條之2（地方自治團體的支援）：地方自治團體得依「地方財政法」對從事文創相關業者或公共團體予以支援。

- 6 10×10個性化商品
- 7 創意設計無所不在——北村美術館



此外，為了提高文創商品的品質與專業化，更於2006年4月28日新增了「文化產業專門公司」一章（第六章），負責文化商品之企畫、開發、製作、生產、流通、服務、管理等相關作業，企圖將韓國的文創業推向國際舞台，行銷全球。

· 韓國創意產業振興院的成立

韓國政府為了有效率的振興發展文化產業，依照「文化產業振興基本法」第31條，整合了既有的文化事業相關機構組織，於2009年5月7日設立了法人機構「韓國內容振興院」，統籌一切文創事業（共十六項事業分類），事業範圍包括：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保存與活用、保護文創商品使用者的權益等等，與文創業有關的大小事，皆歸振興院管轄。振興院每年都會編撰一本厚達四、五百頁的白皮書，內容包含了政策的目標與進行方式、經費、國內外產業動向、政策推動的整體成

果、文創各項商品的成果與展望、以及下一年度的各項計畫與預算編列等。

· 政府相關支援經費

為了將文創業發展為下個世代的新成長動力，自2000年以來，文觀部便將部內預算維持在政府總預算的1%以上，並逐年增加文創業預算的比重。從最早的1994年文化產業局，預算不過54億韓元，到了金大中政府文化立國的政策，1999年驟增到1000億韓元，佔文觀部整體預算的11.7%，比1998年增加了9.5%，之後每年皆維持在10%以上。

為了因應數位時代的來臨，2010年4月韓國文觀部與韓國內容振興院再度斥資167億韓元（相當新台幣約4.77億），支援數位文創製作與產業化，並計畫與民間各大小企業合作開發電腦動畫、3D、手機等相關文創商品，預計三年內將另外投資5000億韓元，其中大企業出資60%，政府與中小企業各20%。韓國政府認為未來的電影市場將是3D的天下，因此2010年5月又宣

布將投入4100億韓元的資金，獨立推動3D文化產業，希望在2015年以前將20%的電影DVD等影音作品以及國內50%的大螢幕皆轉換為3D，成為全球3D業的五大強國之一，並計畫在2013年領先成為亞洲3D市場的龍頭。

此外，為了避免獨厚大企業之嫌，韓國政府提供了最高4000萬韓元的獎助金，供個人創業工作室申請，目前個人文創工作室約有三萬七千多個，希望藉由獎助金的發放，到2014年可以培育五萬個個人工作室。此外，為了區域平衡發展，打造都市尖端產業園區，韓國政府選定了釜山、大邱、光州、春川、大田、富川、全州、清州等八個地方為地方文化產業聚落（cluster），由國庫支出150億韓元，結合個人、企業、大學、研究中心等力量，共同為文化產業努力，並設置了「地區文化產業研究中心」，預計2013年各地的分所將達二十個。同時，為了保障文創業永續發展，韓國政府也準備在2013年以前籌措發行2000億韓元規模的全球文創業投資基金。

· 韓國文創業的現況

1. 銷售額

2008年文化產業的總銷售額為58兆9511億韓元，比2007年小幅上揚0.6%，2004年~2008年的年平均共增加了4.2%。其中，出版業的銷售額最大，尤其這一、兩年電子書市場的活絡，預估未來的銷售額會逐漸上升，根據韓華證券調查中心的預估，2010年韓國電子書的市場規模將達到845億韓元。其次是電視、廣告，接著是遊戲與個性化商品，而多媒體（media）與遊戲更被列為2010年文創十大展望之一。另外，根據韓國情報網站 GameShot 的統計，遊戲中的線上遊戲，2009年總銷售額高達3兆5000億韓元，首度突破三兆韓元，佔世界最大的線上遊戲生產國及流通國。

2. 進出口

出口：韓國各文創產業的出口比例最高的是遊戲，其次為出版、個性化商品與電視，其中遊戲的成長最為驚人，若以2008年來計算，遊戲出口額佔了總出口額的58%，超出一半，年平均增加率達30.23%，可見遊戲產業（尤其是線上遊戲）已經為韓國賺來相當大的利潤。

出口產業中最蕭條的當屬漫畫、

音樂與電影，尤其是電影，自2005年韓流興盛期後，出口額便直線下滑，這是由於韓國電影所要傳達的意識型態與政治素材，過於嚴肅，較不易被接受，在海外的市場也因此被侷限。動畫與教育娛樂算是起步較晚的產業，雖然出口額不高，但整體的成長比例是樂觀的，結合遊戲、IT等產業，是韓國政府未來推動的方向。

進口：相較於出口，進口韓國的海外文創產業明顯減少，足見韓國愛用國貨的心理與國內強大的生產力，無須依賴太多進口產品，而這樣的內需要求，再加上出口市場，直接加強了韓國不斷研發與自創品牌的決心。

韓國「進口>出口」的產業有電影、漫畫、出版，出口大於進口的產業除了電視傳播之外，尚有教育娛樂、動畫、遊戲、音樂與個性化商品。

韓國文創業的課題

下表為普華永道會計師事務所（Price Waterhouse Coopers）針對世界主要國家文創產業的市場規模所做的調查與展望（2008~2012年），雖然市場規模的預測值比韓國文觀部所預估的還大，但此機構



8 弘益美術大學的創意市集
9 4D體驗館
10-11 仁川機場的免費文化體驗區

表一· 世界各國文創業市場規模與成長率（單位：億美元，%）

	2007		2008		2012		08-12年平均增加率
	全球市佔率		全球市佔率		全球市佔率		
世界	15,955		17,025		21,978		6.6
亞洲	3,331	20.9	3,701	21.7	5,083	23.13	8.8
美國	6,007	37.6	6,225	36.6	7,589	34.53	4.8
日本	1,392	8.7	1,470	8.6	1,665	7.58	3.6
英國	1,147	7.2	1,213	7.1	1,520	6.92	5.8
德國	1,021	6.4	1,057	6.2	1,239	5.64	3.9
法國	721	4.5	760	4.7	908	4.13	4.7
中國	681	4.3	835	4.9	1,345	6.12	14.6
義大利	535	3.4	574	3.4	757	3.44	7.2
加拿大	407	2.6	428	2.5	847	3.85	10.6
韓國	395	2.5	426	2.5	524	2.38	5.3
西班牙	355	2.2	388	2.3	519	2.36	7.9



的預估具有高度公信力，故本文仍決定引用其資料。以2007年的數據來看，韓國文創業規模佔了全世界的2.5%，位居第九名，而2012年的預估值，韓國仍為第九名，但市場規模小跌。（見表一）

至於韓國在發展文創業的過程中究竟面臨到了哪些課題？該如何改善因應？以下是本文的整理分析。

1. 資源分配不均、獨厚大財團：以媒體（media）為例，韓國政府2010年大幅刪減了「地方報紙發展基金」事業費的預算，比起2009年少了106億7700萬韓元（約26.4%）。相反地，「言論振興財團」的預算卻比去年的總預算多出203億4200萬韓元（254%），高達283億2200萬韓元。李明博政府2010年加碼文創預算，包含基金提撥，共達3兆423億韓元，而對於這麼龐大的支援，中小企業究竟受惠多少，是大家的質疑。如何確實監督與考核，讓資源得以公平分配，是需要政府多加注目的。

2. 地方產業環境惡劣、競爭力低落：所謂文創產業，除了產業外，文化特色亦是重要的一環，而各個地方的文化特色正是產業可以活用的題材。然，目前文創業者有84%

集中在首都首爾，銷售額的90%以上也在首爾，從事文創的人員亦有86%集中在首爾，過度集中首爾，影響了地方的文創業發展，導致地方各種條件更形惡劣，留不住專業人才，如何改善地方的文創業環境是當務之急。

雖然韓國政府在2005年選定了釜山、春川、富川等8個地方為文化產業聚落，並設置「地區文化產業研究中心」給予各地方政府資金補助，但執行成效有待考驗，當務之急乃與首爾之間建立有效能的合作網絡。

3. 韓國國內市場的競爭力不足：文創產業所帶來的高經濟效益，引發業者紛紛投入，市場的熾熱，刺激仿冒行為，也等於違反著作權法，與文創業精神相悖。而這也讓創意的市場流於通俗而失去競爭力，是韓國政府需要思考之處。此外，相關產業間的聯繫性不足，導致附加價值產生的降低。例如，漫畫與動畫、個性化商品與流行產業等之間的互動與聯繫不足，影響窗口效應。

4. 專業人才不足：CT 結合 IT 是必然的方向，但要結合兩大領域需要更多專業人才；因此，投入資金培養更多的創意研發人才，是很重要

的。因為沒有創意，只有產業，同一個題材即使衍生眾多商品，新鮮與好奇感終將消退，唯有激發無窮的創意才是長久之計。韓國政府目前提供了最高4000萬韓元的獎助金供個人創意工作室申請，並希望在2014年可以培育5萬個個人創意工作室。不過，如何妥善運用獎助金，如何將個人的創意量產，需要建構個人、中小企業、大企業之間的合作網絡，避免大財團壟斷。

5. 著作權法執行的加強：不法複製、仿冒等違反智慧財產權的行為，大大地重創文創業，亞洲國家尤甚。雖然韓國政府為了加強人民對著作權法的認識將每月的26日訂為 Copy-Clean day，並製作短片宣導、在教科書中增加相關內容，但文創業數位化的普及，在浩瀚的網路世界，智慧財產權的維護將是個難題。

台韓文創法規比較

台韓兩國文創產業相關法規對照如下表，從結果可窺知，台灣相關當局尚有努力的空間，例如，主管機關的多頭馬車恐成為日後資源重複、經費補助、聯繫等諸多問題的來源。（見下頁：台韓文創法規比較表）

	台灣（文化創意產業發展法）	韓國（文化產業振興基本法）
沿革	2002年起由新聞局配合經濟部研議，曾提出三次「文創法」草案，日期為：2007.9.28、2008.2.29、2009.4.9 2010.1.7立院通過「文化創意產業發展法」	1999.2制訂「文化產業振興基本法」 2010.5.19「文創業振興基本法」國會通過，設置「文創業振興委員會」負責一切執行計畫
主管機關	中央為文建會（新聞局、經濟部、內政部） 直轄市為直轄市政府 縣（市）為縣（市）政府	中央單位為文化體育觀光部 執行單位為韓國內容振興院（2009.5.7成立，前身為2001.8成立之「韓國文化創意產業振興院」）
法條	共4章30條（總則、協助及獎補助機制、租稅優惠、附則）	共5章48條（總則、創業／製作／流通、文化產業基礎組成、文化產業專門公司、附則／罰則）*原為7章59項，2009年.5.21刪除了4（文化振興委員會）、5章（文化振興基金）共10項（32-42項）
文創法主要項目	1. 設立「財團法人文化創意產業發展研究院」 2. 發放藝文體驗券 3. 協助及獎補助機制 4. 租稅優惠	1. 「韓國內容振興院」之設立 2. 文化產業專門公司之設立 3. 人力養成、文創園區設立、創作與產業之連結 4. 支援及獎補助機制（包含個人創作、租稅、推動國際化等優惠支援）
文創產業定義	共十六項，但內容重複或具體性不足 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 16. 其他經中央主管機關指定之產業	八大項 1. 電影、video相關產業 2. 音樂、遊戲相關產業 3. 出版、印刷、刊物等相關產業 4. 廣播影音相關產業 5. 文化財相關產業 6. 漫畫、個性化商品、動畫、教育娛樂、手機、設計（產業設計除外）、廣告、公演、美術品、工藝品等相關產業 7. 數位、多媒體文化內容之收集、加工、開發、製作、生產、儲存、檢索、流通等相關服務產業 8. 傳統服飾、飾品等，舉凡將傳統文化資源加以應用並經大統領令訂定之產業
文創產業比較	設計：產品設計、視覺傳達、品牌時尚、建築 韓國沒有的項目：創意生活	設計：扣除產業設計，其餘皆包含 台灣沒有的項目：動漫畫、教育娛樂、個性化商品、遊戲、傳統服飾、飾品
支援項目	獨立為第三章，主要內容如下（共八條） 第12條：法人化及相關稅籍登記、產品或服務之創作或研究發展、創業育成、培訓專業人才及招攬國際人才、經紀人制度、提升經營管理能力、蒐集產業及市場資訊、協助活化文化創意事業產品及服務、促進投資招商、事業互助合作、市場拓展、國際合作及交流、參與國內外競賽、產業群聚、推廣宣導優良文化創意產品或服務 第18條：運用資訊科技、得獎勵或補助民間提供適當空間，設置各類型創作、育成、展演等設施、公有廣告空間優惠使用 第19條：建立文化創意事業投資、融資與信用保證機制，並提供優惠措施引導民間資金投入，以協助各經營階段之文化創意事業取得所需資金 第22條：無形資產流通運用、運用公有不動產、運用公有非共用不動產 第23條：智慧財產權保護及運用 第26-28條：租稅優惠	分散在各項目中，主要內容如下（共十四條） 第7條 支援創業 第8條 支援投資公司 第10條 支援製作公司的製作 第11條 支援獨立製作公司的製作 第12條 建構公正的交易秩序 第13條 獎勵數位識別商標的黏貼 第14條 專門流通業者的設立與支援 第15條 優良商品的指定與標示 第15條之2 優良文化計畫案的指定 第15條之3 優良文化計畫案指定的取消 第20條 國際交流與海外市場進出的支援 第27條 免除各項分攤費用 第30條 租稅優惠 第30條之2 地方自治團體的支援

<p>地方文創園區／聚落</p>	<p>五個文創園區</p> <p>華山：文化創意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造</p> <p>台中：台灣建築·設計與藝術展演中心</p> <p>花蓮：文化藝術產業與觀光結合之實驗場域</p> <p>嘉義：傳統藝術創新中心</p> <p>台南：臺灣創意生活產業發展中心</p>	<p>八個地方文創聚落（最具代表性）</p> <p>釜山：影像（電影）</p> <p>大邱：遊戲</p> <p>光州：影像、個性化商品（亞洲文化中心）</p> <p>春川：動畫</p> <p>大田：影像、遊戲</p> <p>富川：出版漫畫、動畫、遊戲、個性化商品</p> <p>全州：數位影像、傳統文化</p> <p>清州：教育娛樂（edutainment）、遊戲</p> <p>*慶州、濟州、木浦、天安……也陸續加入</p> <p>*慶州：工藝品3D產業（歷史文化中心）</p>
<p>相異之處</p>	<p>額外法規：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 行政院文化建設委員會文化創意產業補助作業要點 2. 文化創意事業申請原創產品或服務之價差補助 3. 行政院文化建設委員會促進民間提供適當空間供文化創意事業使用獎勵或補助辦法 4. 營利事業捐贈文化創意相關支出認列費用或損失實施辦法 5. 學生觀賞藝文展演補助及藝文體驗券發放辦法 <p>體驗卷</p> <p>十三條 為提升國民美學素養及培養文化創意活動人口，政府應於高級中等以下學校提供美學及文化創意欣賞課程，並辦理相關教學活動。</p> <p>十四條 為培養藝文消費習慣，並振興文化創意產業，中央主管機關得編列預算補助學生觀賞藝文展演，並得發放藝文體驗券。前項補助、發放對象與實施辦法，由中央主管機關定之。</p> <p>地方自治團體的權限：無具體規定。</p> <p>韓國有台灣沒有的規定</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 消費者保護（韓國：第三章第三十條之四） 2. 設立文化產業專門公司（韓國：第六章） 3. 罰責（韓國：第七章） 	<p>額外法規：無，分散在各條款中</p> <p>cf. 第二章 創業、製作、流通</p> <p>文化卷：提供給中低收入戶或偏遠地區民眾。</p> <p>每月第四周六訂為「觀眾日」，由政府與產業補助二十四歲以下年輕民眾觀賞藝文活動。</p> <p>地方自治團體的權限</p> <p>第三章第三十條之2（地方自治團體對振興設施等支援）</p> <p>為振興文化產業，必要時，地方自治團體可針對文化產業振興設施及文化產業團地、文化產業振興地區之組成者以及支援文化產業相關產業之創業的公共團體加以支援，即使有「地方財政法」之規範，亦可出資。</p>

參考書目

台灣

- 文建會文化創意推動服務網：<http://cci.culture.tw/cci/cci/index.php!C>
- 孫正和，〈文化創意、數位內容產業發展之比較研究：以台灣、韓國為例〉，政治大學智慧財產研究所碩士論文，2009。
- 郭秋雯，〈韓流對台灣的影響：以特徵與問題為中心〉，第一屆21世紀韓國與台灣關係研究國際學術研討會「探索21世紀韓國與台灣新的夥伴關係：現在及未來」，首爾，翰林大學國際大學院大學校，2009。

韓國

- 「文化產業白皮書（1997~2008）」，韓國文化體育觀光部。
- 「文化產業振興基本法（第二條第1項）」，韓國文化體育觀光部，2009.8.22。
- 「2009海外文創市場調查」，韓國文化體育觀光部，2010。
- 「2009年上、下半年文創業動向報告書」，韓國文化體育觀光部。
- 「2009、2010年度預算基金營運計畫」，韓國文化體育觀光部。
- 「2010年國內文創產業十大展望與海外文創產業六大展望」，韓國文創振興院，2010。
- 「2009年遊戲產業實際業績總整理」，韓國情報網站GameShot。
- 박정훈，〈威脅文化市民權的MB文化預算〉，社會公共研究所 issue paper，2009。
- 이병희,문제철（2009:10），〈文創產業的現況與課題〉，調查局產業分析室。
- 임학순，〈創意的文化與文化政策〉，진한도서，2003。
- In-Hee Cho, Kyung-Hee Jung，〈21世紀韓國文創產業發展方向之研究〉，《韓國教育娛樂（Edutainment）產業學會論文集3-3》，2009。