

# 韓國財團法人藝術經營支援中心組織及業務運作

作者：郭秋雯（駐韓台北代表部副代表）

## 一、序言

藝術商業化、藝術 X 科技、藝術科技商業化等，一直是韓國文化界積極推動的事業，藝術總是給人曲高和寡的感覺，所以純藝術要商業化實不容易，現在科技發達，藝術加上科技已是趨勢，在韓國甚至是潮流，但仍有不少藝術家擔心自己的作品加入科技，會失去藝術本質，所以兩邊要成功融合，需要政府的施力。而本文的主角——「藝術經營支援中心（韓：예술경영지원센터，英：Korea Arts Management Service，以下簡稱中心）」，就是扮演藝術與科技融合並協助作品商業化的中介組織，同時其業務性質可謂綜合了國內各文化組織功能的複合型態，加上中心於 2023 年與「臺灣當代文化實驗場」（以下簡稱 C-Lab）締結了 MOU，其業務之一的「藝術韓國實驗室」（Arts Korea Lab，以下簡稱 AKL）與 C-Lab 性質相仿，更具研究參考之價值。

在藝術科技之前，早在 1998 年金大中政府時代推展文創產業時，就提出文化科技（CT）的概念，並視為一項重點事業，經過 20 幾年，文化科技融入韓流產業，我們所看到的動漫畫、影視和 K-pop 的聲光效果，都是文化科技的產物。文化科技無所不在，而藝術科技產業在中心近十幾年的推動，雖然在我們看來已經頗有成果，但仍面臨不少的課題與挑戰，畢竟要將兩個不同的領域結合起來，需要很多的溝通磨合與技術精進，因此本文將細探中心的營運模式、外部資源網絡的建立，以及過程中如何克服所遇到的問題。

中心乃韓國文化體育觀光部（Ministry of Culture, Sports and Tourism，簡稱文體部）轄下的一個財團法人，故本文在進入主題前，會先整理文體部轄下的文化領域法人系統，梳理法人結構的脈絡，以利於了解文體部如何透過中介組織推動藝文產業，最後則是補充說明中心的重點事業 AKL。作者曾於 2024 年 6 月的藝文生態新訊情蒐中以〈[藝術韓國實驗室\(Art Korea Lab\)的成立與任務](#)〉為題，介紹了 AKL 在推廣藝術領域上的功能與角色，但礙於篇幅，僅止於部分資料的情蒐，因此，本文另列一章來詳細介紹 AKL，以補前述文章的不足，同時也比較 AKL 與 C-Lab 兩者的不同。

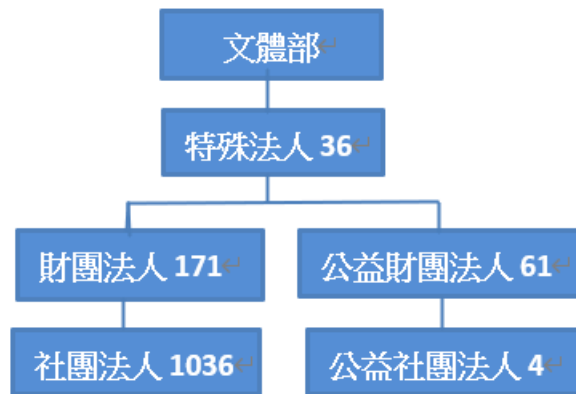
本文的資料來源，除了官網、媒體報導與文獻外，亦有作者與中心 AKL 的訪談內容。作者於今（2025）年聯繫中心組長朴周英（박주영，音譯），朴組長引介 AKL 本部長

李秀玲 ( 이수령, 音譯 ) , 表示本文想要了解的內容只有李本部長能回覆 , 因此作者於 10 月 30 日下午拜訪 akl , 由李秀玲本部長親自接待 , 李本部長對中心整體的業務熟稔 , 交談超過一小時 , 此第一手資料是本文的亮點 , 希望能提供國內文藝界相關單位些許參考。

## 二、韓國文化領域法人系統結構

### 2.1 文體部

根據韓國文體部官方資料 , 其轄下的非營利法人共 1308 個 , 其中特殊法人 ( 與行政法人相似 ) 有 36 個、財團法人 171 個、社團法人 1036 個、公益財團法人 61 個、公益社團法人 4 個 , 繪製階層圖如下。<sup>1</sup>



根據文體部的組織圖 , 部長之下有第一次官和第二次官 , 第一次官轄下有 4 個室 ( 企劃調整室、國際文化宣傳政策室、文化藝術政策室、宗務室 )、3 個局 ( 內容產業政策局、著作權局、媒體政策局 )、一個團和 7 個官 ( 政策企劃官、緊急安全企劃官、文化政策官、藝術政策官、地區文化官、國際文化政策官、海外宣傳政策官 )。第二次官轄下有 1 個室 ( 國民溝通室 )、2 個局 ( 體育局、觀光政策局 )、5 個官 ( 溝通政策官、溝通支援官、數位溝通官、體育協力官、觀光產業政策官 ) , 1308 個法人分布於各處室 , 受各處室監管 , 由上往下分工 , 各司其職 , 共同推動文化內容產業。

與文化藝術和內容產業相關的單位多分布在第一次官下面 , 體育觀光則由第二次官負

<sup>1</sup> 本文所言「非營利法人」乃直譯韓文的비영리법인, 顧名思義即非營利的法人, 這些法人的成立需要其主管機關, 即文體部的核可。依照韓國民法第 37 條規定, 文體部對轄下的法人業務行監察、監督之責。文體部非營利法人現況 [https://www.mcst.go.kr/site/s\\_data/corpNaru/corpList.jsp](https://www.mcst.go.kr/site/s_data/corpNaru/corpList.jsp) ( 檢索日期: 2025.10.20 )

責，本文將韓國文體部的組織圖翻譯成中文繪製如下。



圖 1：韓國文體部組織圖（資料來源：[文體部官網](#)，本文整理繪製）

## 2.2 文化藝術政策室

在文體部的組織架構中，與文化藝術業務性質較為接近的當屬文化藝術政策室，該室轄下有文化政策官、藝術政策官和地域文化政策官，其中藝術政策官的業務編組與國藝會較為相近，其轄下有 4 個單位，包括藝術政策課、公演傳統藝術課、視覺藝術設計課、藝術人支援組等。文化藝術政策室轄下共有 542 個法人，文化政策官轄下有 221 個法人，藝術政策官轄下有 270 個法人，占了一半之多，地域文化政策官則有 51 個法人。本文將文化藝術政策室轄下 3 個官的法人分布整理如下表 1，同時以圖 2 呈現，以便識讀。

所屬官	所屬課	特殊法人	財團法人	社團法人	計	備註
文化政策官	文化政策	0	5	49	54	
	傳統文化	1	19	128	148	
	文化藝術教育	1	1	17	19	
藝術政策官	藝術政策	3	14	52	69	公益財團 9 公益社團 1
	公演傳統藝術	3	32	141	176	公益財團 11
	視覺藝術設計	0	25	0	25	
	藝術人支援組	0	0	0	0	
地域文化政策官	地域文化政策	1	4	14	19	
	文化基礎設施	0	6	12	18	
	圖書館政策企劃	0	3	10	13	
	文化設施企劃	0	1	0	1	
計		9	110	423	542	

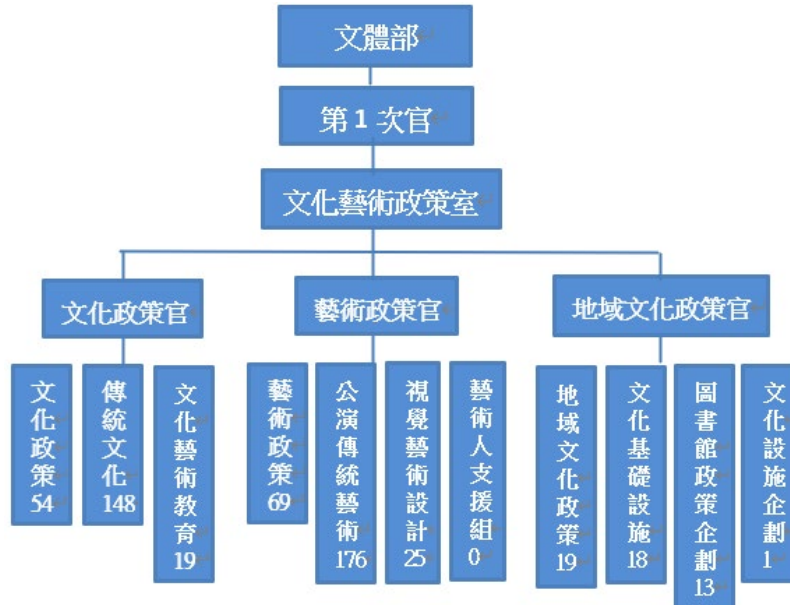


圖 2：文體部 1 次官轄下法人分布 (資料來源：文體部官網，本文整理繪製)

藝術政策官轄下的藝術人支援組沒有法人，其餘 3 個課所屬的法人概況分述如下。

藝術政策課轄下的法人有 69 個，特殊法人 3 個 (國立韓國文學館、韓國文學翻譯院、韓國文化藝術委員會)、財團法人 5 個 (韓國障礙人文化藝術院、國際交流振興院、韓國文學振興財團、郭再善 (곽재선音譯) 文化財團、藝術經營支援中心)、公益財團法人 9 個、社團法人 51 個、公益社團法人 1 個。與國藝會屬性較為接近、也是本文將探討的藝術經營支援中心即為藝術政策課轄下的財團法人。

公演傳統藝術課轄下的法人有 176 個，特殊法人 3 個 (國樂放送、韓國文化藝術會館聯合會、藝術的殿堂)、財團法人 21 個、公益財團法人 11 個、社團法人 141 個，法人之多足以看出韓國在宣揚與傳承保存傳統藝術上的努力。其中值得一提的是「傳統公演藝術振興財團」，(韓：전통공연예술진흥재단，英：The Korean Traditional Performing Arts Foundation) 該財團法人以傳統公演藝術為主，除了故事內容開發、跨界藝術家 (중간예술인) 的常設公演、地方傳統公演藝術、韓國民俗藝術季等各項支援補助外，從 1987 年開始即設置文化學校，開設課程和講座來培育傳統公演藝術人才，舉辦「大韓民國傳統演戲慶典」，將傳統表演生活化、大眾化、時代化，讓現代人更輕易接近傳統藝術，每年吸引 2 萬多名觀眾前往參與。<sup>2</sup>

視覺藝術設計課轄下的法人有 25 個，25 個都是財團法人，多為美術、設計相關。

<sup>2</sup> <https://www.kotpa.org/ucms/main/indexmain.do> (檢索日：2025.11.03)

## 2.3 專門藝術法人/團體的指定與育成制度

韓國一向重視文化藝術事業的支援與培育，2000年《文化藝術振興法》修訂時制定了第10條（專門藝術法人等的指定與育成），隨即施行「專門藝術法人/團體指定與育成制度」，目前則依據《文化藝術振興法》第7條第3項及《文化藝術振興法施行令》第4條規定營運，該制度主要內容為，中央或地方政府得指定具有專門性的藝術法人或團體加以支援培育。

本文以舞蹈、演劇、音樂及傳統藝術等四大主要藝術項目為對象，統計了截至2025年6月30日，中央及地方政府依據該制度所指定並支援育成的藝術團體法人數，如下表2。<sup>3</sup>從表中數據可得知，音樂的指定數量最多，其次是傳統藝術，而首爾總數占約全國的27%。

種類	形態	全國總數	首爾總數
舞蹈	團體	19	12 (1個(財))
	協會	5	2
演劇	團體	21	3
	協會	10	4
音樂	團體	125 (文體部 10 個・7 個 (財))	42 (4 個(財))
	協會	24	9
傳統藝術	團體	70	3
	協會	8	1
計		282	76
備註：上述團體以社團法人為主，偶有財團法人另標(財)			

<sup>3</sup> 該統計項目中的視覺藝術與本文較無關聯，故將之排除。  
[https://www.gokams.or.kr/04\\_exchange/business10.aspx](https://www.gokams.or.kr/04_exchange/business10.aspx)

### 三、藝術經營支援中心的組織及業務運作<sup>4</sup>

#### 1. 設立背景、目的及預算

中心於 2006 年 1 月 12 日以民間財團法人設立，直到 2011 年才被文體部核可，指定為其轄下的公共機關，乃創造藝術產業價值的藝術經營專門機構。其設立的目的是，提升藝術機構的競爭力、強化藝術現場的自我生存能力，並支援藝術產業的流通以活化該生態系。

根據李本部長所述，中心設立時，大家對藝術產業的認知仍不足，上述的設立目的在草創期只能是夢想，可以說是先為藝術產業化做準備，慢慢打造產業生態系的基礎，但同時也透過藝術市集謀求 B2B ( **Business to Business**，企業對企業) 的合作機會，以創造商機。2010 年之後，中心將目標聚焦在國際交流的擴大，加強藝術產業的國際競爭力。2020 年後的目標則是要將藝術產業打造成獨角獸企業<sup>5</sup>，透過與科技的融合、金融支援，積極將藝術商業化。

中心的核心價值有三，即引領創新、共榮合作、公平·責任，從這三大核心價值出發，以三大策略來達成六大目標。三大策略為，強化韓國藝術競爭力、建構藝術永續成長的基礎、建立以公平責任為基礎的經營創新體系；六大目標為，擴大對文化藝術創作·製作與流通的支援、資訊的產出與傳播、建立高效率與高生產力的經營創新體系、強化韓國藝術的海外拓展、培育藝術人才及團體 ( 企業 )、重新建構支援系統。

中心的預算 95% 來自國庫，如政府基金，剩下的一小部分為民間投資及 AKL 的公演票收，一年的預算約 1000 億韓元 ( 約台幣 22.2 億元 )。惟，未來三年的事業將強化 AI 與藝術的融合、擴大支援藝術企業的資金，並由政府來擔保企業的融資保證，因此未來的預算會逐漸增加，2026 年預算預計將增加至 1200 億韓元 ( 約台幣 26.7 億元 )，其中 AKL 的預算約 150 億韓元 ( 約台幣 3.3 億元 )。

---

<sup>4</sup> 藝術經營支援中心官網：<https://www.gokams.or.kr/main/main.aspx> ( 檢索日期：2025.11.07 )

<sup>5</sup> 「獨角獸企業」是指成立 10 年以內、且企業估值超過 10 億美元以上，具有極高成長潛力的未上市的新創公司。這個詞是由美國創投家艾琳·李 ( Aileen Lee ) 於 2013 年提出，用來形容這類公司如同神話中的獨角獸一樣具有高成長潛力。

## 2. 組織架構

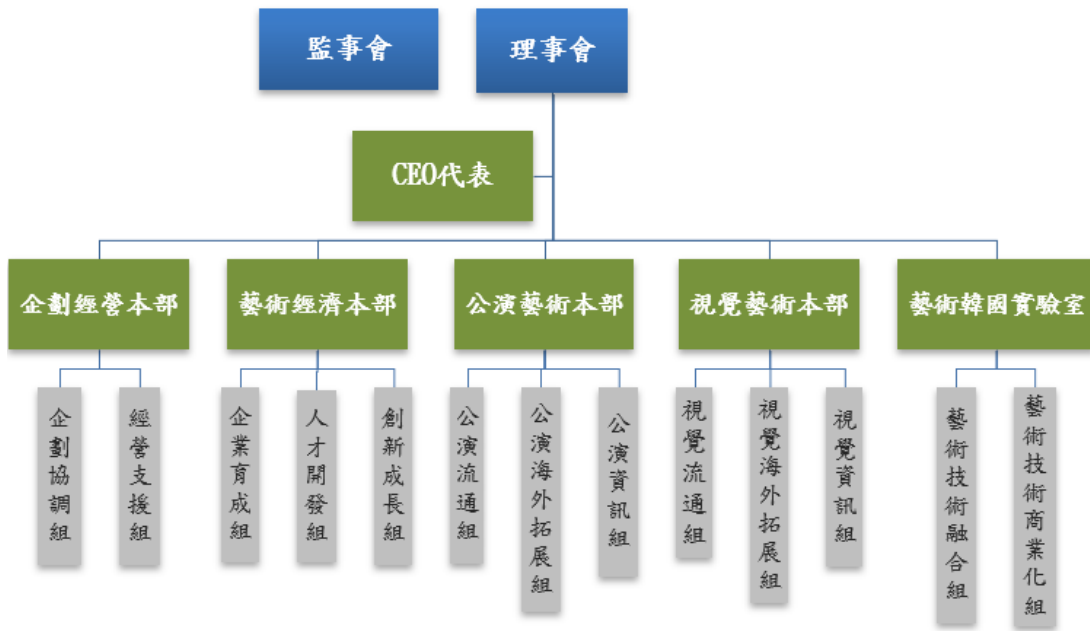


圖 3：藝術經營支援中心組織圖（資料來源：[藝術經營支援中心官網](#)，本文翻譯繪製）

中心除了理事會、監事會及主要執行的 CEO 代表之外，由企劃經營、藝術經濟、公演藝術、視覺藝術，以及 AKL 等五個本部來負責上述的任務目標，每個本部下面還有一兩個組，各司其職。由組織分布圖可得知，中心主要推動的藝術項目有公演藝術、視覺藝術和藝術科技三大項，前兩個本部底下都設有流通、宣傳與海外拓展組，可見其向外推展文化藝術的決心；AKL 則著重在將藝術與科技結合並將作品商業化，並結合各界舉辦活動。此外，中心還擔任藝術人才培育與藝術企業育成，以及媒合兩者的角色，這些業務由藝術經濟本部負責。

## 3. 業務內容

中心主要的業務有四大項，藝術現場基礎設施的強化、支援公演市場的活化、支援藝術（視覺藝術）市場的活化、AKL 的營運。<sup>6</sup>以下逐一簡要介紹中心的業務。

### 3.1 強化藝術現場的基礎

透過推動藝術的產業化，包括培養藝術產業專業人才、扶植藝術企業、營造藝術領域的投資環境等，以強化藝術現場的基礎，內容包含提供量身打造的藝術現場訓練課程、設置 [ArtMore](#) 平台（此乃針對藝術產業領域中的企業、就業、教育訓練等，提供

<sup>6</sup> [https://www.gokams.or.kr/04\\_exchange/business03.aspx](https://www.gokams.or.kr/04_exchange/business03.aspx)

綜合性資訊及人才交流的平台)。

在藝術企業支援方面，分為初期創業和創業成長兩階段支援，初期創業的支援主要在提供創業資金、專業創業教育、量身打造的輔導服務、協助開發商業創意並進行市場驗證，以建立穩定的創業基礎。接著為了讓初期的創業能夠持續成長與擴展，除了繼續提供創業資金、個別化諮詢服務外，協助後續投資的媒合、海外市場的開拓，以串聯外部資源擴增企業規模。此外，為了發掘並推廣多樣化的優秀藝術經營案例，設置「藝術經營大獎」( 예술경영대상 )，以獎勵並促進藝術經營的創新與優良實績的展現。

### 3.2 支援公演市場的活化

該項目有以下 8 大事業，「[公演藝術統合電算網](#)」( Korea Performing arts box office Information System，簡稱KOPIS ) 平台<sup>7</sup>、公演藝術調查、對獲得政府獎項支援之公演與傳統藝術競演進行評鑑、舉辦首爾表演藝術市集 ( Performing Arts Market in Seoul ) 和首爾國際表演藝術慶典、建構公演藝術市場的活化基礎、支援全國文化藝術的創作、製作及流通，以及支援公演團體參加海外藝術市集 ( 해외아트마켓쇼케이스 )<sup>8</sup> 與拓展海外市場。

依據公演法第 4 條，中心建置了「公演藝術統合電算網」平台，統計入場券的預購、取消等即時資訊，以提供民眾正確的公演訊息。每年調查公演設施、公演團體的市場規模、從業者數及財政現況等指標現況進行統計，報告書置於官網供民眾下載，是韓國公演藝術領域中唯一國家認定的統計報告。

此外，中心透過書面審查與實地訪查等各種方式，每年會針對文體部長官獎以上之政府頒獎的公演傳統藝術等競演大會 ( 문화체육관광부장관상 이상 정부시상이 지원되는 공연·전통예술분야 경연대회 ) 做評鑑<sup>9</sup>，並將資訊公開置於「藝術競演大會線上支援系統 ( 藝術마루 ) 」<sup>10</sup>，以提升評審與大會運營的透明度，作為調整下年度獎項等級與提供獎勵支援的依據。

首爾表演藝術市集自 2005 年開辦，為了活化表演藝術作品的流通，提高優秀作品的能見度，每年 10 月左右會以 showcase 和擺攤的形式呈現，從展示演出 ( PAMS

<sup>7</sup> 公演藝術統合電算網官網：<https://kopis.or.kr/por/main/main.do>

<sup>8</sup> 每年舉辦「海外藝術市集 show case」的補助競賽，以 2024 年為例，錄取 1 個音樂團體 ( 5 個成員 )，參加加拿大的表演藝術會議 CINARS ) 的正式 show case，補助 1 億 5810 萬韓元。

<sup>9</sup> 中心每年會針對文體部長官獎以上之政府頒獎的公演傳統藝術等競演大會 ( 문화체육관광부장관상 이상 정부시상이 지원되는 공연·전통예술분야 경연대회 ) 做評鑑。

<sup>10</sup> 예술마루官網：<https://www.gokams.or.kr/artmaru>

Choice ) 到一對一商務洽談 ( PAMS Speed Dating ) 等各種節目，並舉辦論壇分享海內外表演藝術的資訊與議題，提供各種合作交流的網絡。<sup>11</sup>

「Journey to Korean Music」是一項以音樂為主的計畫，透過邀請海外音樂業界的專家，介紹韓國音樂與文化，並為韓國樂團提供開拓海外市場的交流機會。自 2008 年啟動以來，該計畫已邀請超過 220 位海外專家，介紹了 100 多個韓國樂團與作品，促成了約 490 件的國際合作洽談成果。<sup>12</sup>

此外，2001 年開辦的首爾國際表演藝術慶典 ( Seoul Performing Arts Festival，簡稱 SPAF ) 也是藝文界的重要盛事，每年 10 月舉辦的 SPAF 是一個讓藝術家與觀眾對話的平台，透過當代表演藝術作品、創作實驗室 ( 創作 Lab )、工作坊、論壇等各種形式的交流，提供豐富的藝術體驗與思想碰撞的空間。這樣的場域不僅促進創作者之間的靈感交流，也讓觀眾能更深入參與藝術創作的過程與脈動。SPAF 是一個介紹當代表演藝術新動向，並透過藝術展現時代觀點與價值的國際級慶典。

這幾年韓國音樂劇 ( K-musical ) 盛行，也和臺灣相關團體多有交流，中心透過舉辦 K-musical 國際市集，支援韓國音樂劇的整個過程，即劇團的「企劃·開發→投資招商→流通」三階段，協助推動海內外投資與市場拓展。同時設置獎助制度 ( Fellowship ) 來培育音樂劇的企劃及製作社，並挖掘年輕製作人，以儲備未來的音樂劇人才。此外，透過「K-音樂劇路演 in 英美地區」、「K-音樂劇路演 in 亞洲」、「英美地區中期 ( 兩年 ) 開發支援」以及「海外流通支援」等計畫，採階段式支援，積極提升韓國音樂劇的全球能見度與競爭力，建立穩定的海外市場通路及交流平台。<sup>13</sup>

「表演藝術海外進出的連接事業 ( KAMS Connection )」是中心國際合作計畫開發支援事業的一環，旨在促進韓國表演藝術的國際交流與合作，透過研究、創作開發、機構連結等方式，選拔並支援具有潛力的藝術項目。以 2024 年的公告內容為例，以深化後續開發型研究及機構合作型研究後續支援為兩大重點項目，後續開發型研究的申請資格需在近 5 年 ( 2019~2023 ) 曾被選入該事業者，機構合作型的支援對象則是從 2023 年「韓國—澳洲」已開發的計畫中選出較有潛力者進行後續支援。

為了建立海外市場專家與媒體網絡，中心自 2007 年起推動「表演藝術海外流通支援 ( Center Stage Korea )」計畫，邀請海外專家與買家，並介紹韓國表演藝術團體，以促進未來的邀演合作及國際網絡的建立。該計畫透過與海外主要藝術節、劇場、經紀

---

<sup>11</sup> 世界日報：<https://www.segye.com/newsView/20240824503171?OutUrl=naver> ( 檢索日期：2025.11.17 )

<sup>12</sup> 首爾文化 today：<http://www.sctoday.co.kr> ( 檢索日期：2025.11.17 )

<sup>13</sup> [https://www.gokams.or.kr/04\\_exchange/business02.aspx#none](https://www.gokams.or.kr/04_exchange/business02.aspx#none)

公司等機構簽訂合作協議，建立穩定的國際合作網絡，並為韓國藝術團體提供實質性的支援。

「表演藝術海外流通支援」的最終目標是透過補助海外巡演所需的費用（如機票與運費），來活化韓國表演藝術的海外拓展。此計畫的補助對象不限表演類型，只要獲得兩個以上海外機構邀演的團體，或由兩個以上韓國團體共同組成「韓國特輯」的形式進行海外演出，皆可提出申請。2024 年共有 4 個團體入選，1 組候補，4 個團體包含 2 組音樂、1 組舞蹈和 1 組舞台劇，分別到印度、巴西、丹麥/英國，候補團為音樂，地點為美國。補助標準如下：

地區	補助金額 (韓元/1 人)	地區	補助金額 (韓元/1 人)
中南美	300 萬	非洲	280 萬
北美	260 萬	大洋洲	270 萬
東歐	200 萬	西南亞	200 萬
西歐	200 萬	東南亞	110 萬
北歐	210 萬	東北亞	80 萬
中東	270 萬	-	-

### 3.3 活化視覺藝術市場的支援

該支援事業旨在促進視覺藝術質與量的全面發展，內容包含舉辦藝術慶典、建立數位藝術發展基礎、支援藝術家開設藝術市集與培育藝術博覽會發展（Art Fair）、建立專屬簽約藝術家制度、支援韓國藝術走向海外、拓展市場、補助海外出版、建置韓國藝術市場的資訊系統，提供各種資訊，並進行市場調查、美術作品的鑑定……等。

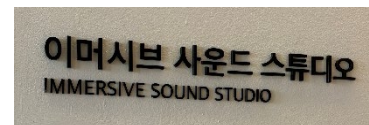
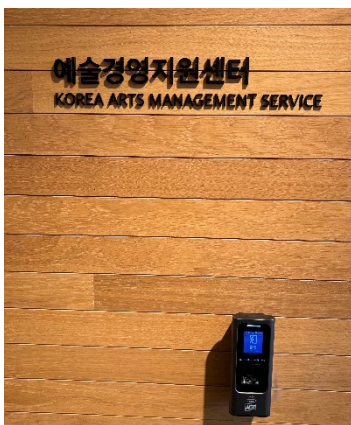
## 四、藝術韓國實驗場（AKL）

從上圖 3 中心的組織圖可得知 AKL 的重要，AKL 旨在結合藝術與科技，除了提供藝術家在文化科技方面的技術支援外，也藉此提升藝術家的相關技能；此外，協助藝術企業進行創新，提供藝術家實驗空間，以及藝術企業成長的工作室，讓藝術家安心創作、也讓企業穩定創業、茁壯成長。在這個場域中，藝術家得到創新技術的支援，藝術企業可以直接與藝術家對談交流，讓藝術可以更精準地商業化。藝術家或企業進駐

後，除了辦公空間外，所有先進的設備、展演場以及相關設施都可以使用，直到作品完成，申請進駐的有傳統舞蹈、電影、音樂、演劇、網漫.....等，舉凡藝術相關的藝術家或企業皆可申請。此外，AKL 也開放空間給相關單位辦理工作坊、講座，提供民眾自由參加。本文將 AKL 兩大重要的事業整理如下：

**藝術×科技測試平台支援計畫：**該計畫主要在結合新興議題與科技，透過藝術性的實驗，展示創新成果，擴大藝術表現的領域。從藝術家專屬量身打造的藝術科技融合教育開始，到原型 ( Prototype ) 製作與流通支援，在創業發展的每一階段，皆給予協助。此外，計畫亦積極發掘探索藝術未來的新課題，並透過與國內外平台的合作，推動作品的全球流通與擴展，開啟藝術與科技融合的嶄新可能。

**藝術×科技商業化支援計畫：**透過進駐空間、開放式創新 ( Open Innovation )、商業諮詢等多元支援措施，協助藝術企業專注創作的同時也能拓展其商業化的可能性。此計畫針對藝術企業提供辦公空間與一對一量身育成服務，並支援商業深化所需的跨界合作、交流網絡與通路拓展。此外，透過「AKL 商業中心」，為藝術家與藝術企業提供行銷、流通、法律等領域的免費專業諮詢，全面強化其事業發展與市場競爭力。



左：藝術經營支援中心辦公室、中：AKL 大樓、右：AKL 內的各種空間 ( 作者拍攝 )



左：多用途攝影棚、右：尖端電腦軟體設備（作者拍攝）

文體部租下市中心大樓的五層樓（B1F，6~7F，16~17F）供 AKL 使用，自 2023 年 10 月開幕以來，目前有 20 家新創公司通過審查<sup>14</sup>，可免費入駐 3 年，免費用 AKL 館內的所有設備。AKL 不負責審查，而是委託幾個相關的外單位負責，每 3 年進行一次招募，接受過補助的公司不能重複申請，審查單位也會因作品主題性質不同而適時更換。進駐期間可申請各種輔導服務，例如募資、商業模式的學習，AKL 設有專任的指導老師，也會做一對一的媒合服務，曾經有一兒童劇團 2 年即通過最終審查，成功畢業離開 AKL。除了企業之外，也有針對預備創業者進行 6 個月的短期訓練和支援，大樓 7 樓可容納 4-7 個空間給通過實驗審查的短期進駐個人或預備創業公司，短期進駐者經過審查，可申請最長 3 年的長期進駐。

進駐 AKL 的公司要接受期中審查，若沒達到標準，則需退出，李本部長表示確實有業者不到 3 年就被淘汰。至於 3 年期滿後，AKL 會針對企業的幾個面向作評比，當作未來改進的參考，例如，企業的賣出額和投資基金的募資、與外部資源的媒合後所執行的計畫件數、透過活動所創造的合作或網絡連結次數及結果.....等是否增長，都是檢視的指標。此外，得獎、與科技結合後的專利獲取、對進駐企業的各项滿意度調查.....等也都是評比參考的項目。

AKL 持續訓練協助藝術家了解科技、科技人了解藝術，以助雙方溝通，目標在未來 10 年內能產出像韓劇《魷魚遊戲》那樣全球皆知的作品，目前中心的經濟本部預計將提供給 100 個藝術企業、最少 3000~4000 萬韓元，最多 1 億韓元的資金補助，讓藝術作

<sup>14</sup> 因為場地受限，每年只能錄取 20 家公司。

品商業化及企業融資支援。雖然藝術經營中心成立近 20 年，有感藝術科技的技術人才不足、藝術作品商業化的困境，外界對於藝術科技的關注度不夠，願意投資的企業不多，因此 AKL 積極對外尋求資源，目前和樂天世界等 8 個大企業及 10 個藝術企業締結 MOU，也將與 SM 娛樂、JYP 娛樂公司進行合作計畫，希望能協助創造更多媒合的機會，進一步建立品牌。

## 五、結言與建議

韓國推動藝術等文化內容產業可謂動員各方各界、不遺餘力，無論是軟硬體的不斷更新，或是人才的培育，連結各網絡，就是要成功。但過程中失敗的例子不少，並非我們所看到的無所不利。作者十幾年關注韓國文化內容產業政策與發展，追根究底，最難的就是人才的培養與持續的產業媒合，對臺灣而言，藝術企業不多，藝術商業化面臨資金等各種難題，遑論開拓市場通路。這些年來，臺灣不少大學設立科技藝術相關科系，也許藝文相關單位可以多與大學端合作，無論是舉辦創業黑客松競賽、提供產學合作計畫等，產官學共同協力挖掘並培育人才。<sup>15</sup>

最後，本文簡單比較 AKL 和 C-Lab 的異同，兩者皆有藝術家進駐的支援補助，並提供需要的輔導服務，也會選送藝術家赴海外駐點訓練。但 C-Lab 相較於藝術創作，更多是在研創階段，進駐期間亦無期中檢視成果，也無淘汰機制，沒有藝術企業的媒合，也沒有積極引進外部資源，目前應也沒有與大學端合作。這些部分也許可以提供給藝文相關單位或 C-Lab 一些參考。

---

<sup>15</sup> 作者曾在 2024 年的新訊中提及，AKL 與大學端合作，進行藝術&技術創業活化事業，舉辦科技藝術創業黑客松競賽，提供產學合作計畫，支援創意、藝術商業化。臺灣應能嘗試尋求企業的支援，也能激發更多年輕人投入該行業，更期盼引起各界的關注。