

# 103 年青年政策論壇地方論壇(文化議題)結論報告

討論議題：在全球化與在地化中，青年如何培力文化的生產與消費

東區場次

辦理日期：103 年 6 月 29 日

會議地點：花蓮慈濟技術學院

## 一、現況和問題：

1	現代社會針對文化產業著重創新，忽略在地文化的深耕經營，加上社區人口結構老化，青年返鄉仍為少數。且臺灣教育使青年缺乏對自身文化的認同與了解，社區普遍缺乏福利制度完善的工作機會，無法提升青年洄游社區的意願。
2	近年政府雖大力推廣微型社區文化的經營，但多數社區缺乏行銷規劃的能力、宣傳的管道及整合的人力資源，相關補助的門檻過高且所需文件過於瑣碎複雜，缺乏單一諮詢窗口或顧問制度，使得政府美意大打折扣。
3	相關政策與補助辦法五花八門，且分散各階層部門，缺乏整合性的查詢平臺。現行機關網站設計不良，不利藝文團體或是單位個人查詢與了解，加上政策宣傳廣告多半無法完整表達政策內容，使得相關單位望之卻步。
4	(1)在文化生產端，中小型規模品牌與工作室較多，缺乏行銷宣傳的預算，無法讓大眾深入了解，加上商品生產成本過高、無法量產，難以與大型企業相互競爭。 (2)部分商品型態缺乏獨特性，例如：平溪的天燈吊飾滿街，雷同性高。 (3)企業贊助文化產業或藝術創作者時，經常以營收效益考量，使得真正需要資金挹注的產業無法獲得青睞。
5	(1)在消費者端，文創商品售價高昂，市場的消費者習慣與經濟能力難以接受，且商品內涵與故事無法被消費者了解，例如：花蓮的香蕉絲鉛筆盒，消費者多半難了解其背景。 (2)文創商品經常出現模仿風潮，且製成商品經常缺乏生活實用性，無法吸引消費者。(例如：熊貓跟黃色小鴨)

6	臺灣的社會屬於多族群的結構，各族群產生多元的文化面貌。但社會風氣影響民眾對於多元文化的了解，使得對於特定族群抱持著刻板印象，間接造成結合多族群的文化商品推行不易，與傳統文化脫節，對於國際市場又缺乏核心意象，無法提升臺灣文化的國際能見度。
7	外來文化對於臺灣社會影響過深，加上媒體對單一文化風潮的追逐過激，影響民眾忽略對自身文化的了解，對於在地文化消費興致缺缺。

## 二、行動方案及政策建議：

項次	行動方案及政策建議	對應部會
1	<p>(1) 針對社區老化，青年洄游率低的問題，為鼓勵青年深入了解社區，並且成為社區推廣的新動力，建議由相關單位偕同企業開辦專案計畫，邀請大專生組隊拍攝家鄉紀錄片或社區形象廣告(如：類似中華電信基金會社區蹲點計畫)，讓成員在製作訪談的過程中促進了解，並且播映優秀作品提升社區對外能見度。</p> <p>(2) 在社區內部動力而言，鼓勵學校教師成立在地文化的讀書會，讓師生共同參與，並協進社區文化深耕。第一步透過舉辦深度旅遊，進而鼓勵教師設計學生走訪鄉里課程，為了鼓勵教師踴躍參與，參加文化讀書會與設計課程工作坊時數可納入教師研習時數，以避免額外加重教師壓力影響其參與意願。另相關深度旅遊或移地教學可以取代現有戶外教學，並採參與者付費，減輕專案經費壓力。</p> <p><u>部會建議事項：有關強化社區內部動力，鼓勵「學校」教師成立讀書會、課程工作坊，應確認學校教師的範疇才能確立主管機關審核教師研習時數，建議加註為「社區大學」教師。</u></p> <p>(3) 長期永續經營的部分，為改善社區工作機會不足問題，則結合勞動部現有的多元就業方案計畫，鼓勵微型文化創意產業發展，提升青年返鄉創業的成功率與延續性，以在長期創造更多工作機會，提供社區人才培力。</p>	<p>教育部 (師培司 、國教署) 、文化部 、勞動部</p>
2	為改善現有補助政策要求的門檻過高問題，建議設計簡	文化部

	易的社區企劃案，供社區參考，並且提高社區教育推廣的經費，邀請業師或是在地耆老演講，凝聚社區情感與共識。另外降低相關政策經費規範的寬嚴，使專款專用的限制降低，並在設計補助政策前深入市場調查，以符需求，並提升政策利用率。	
3	為改善網站架設不清問題，協請權責單位加強在網站建置整合地區補助方案頁面，讓地區藝文團體能清楚查詢相關補助方案與聯繫窗口，增強政策推廣。	文化部、 經濟部
4	<p>(1)為改善現有的中小型文化產業單位行銷預算有限，限制其發展的部分，建議專案內提撥百分之十經費成立專案諮詢小組，協助其申請補助的企劃撰寫諮詢(如：宜蘭等縣市政府現行方案)。</p> <p>(2)另為避免補助審查的結果不符合消費者期望，建議建立參與式審查機制，公開補助案件讓民眾透過網際網路投票，並作為獲得補助的參考依據，真實反應消費者期待與心理。</p> <p>(3)考量政府資源有限，建議仿效國外集資網站，或是FlyingV平臺作法，由相關單位成立群眾募資平臺，讓民間資源進入協助產業發展，並協請政府機關制定友善政策扶植平臺運作的公平性與公信度。</p>	經濟部、 文化部、 <u>金管會</u>
5	<p>商品背景故事不能讓消費者了解的問題，建議改善方向如下：</p> <p>(1)前期透過市場調查與研究，了解市場走向，並且鼓勵文化工作者以故事包裝商品，並收集優秀範例的故事文宣出版，開辦文化產業雜誌。</p> <p>(2)中長期則收集優秀案例出版旅行手札，結合旅遊景點戳章等宣傳，辦理消費者回饋性的活動，創造文化體驗旅遊，以吸引民眾積極投入文化消費與了解。</p> <p>(3)短期計畫以推動為主、收支平衡，中期則穩定客源，並提升市場敏銳度，以求長期永續發展。</p> <p>(4)整合地方文化故事性、交通部門協助建置有利於觀光的交通網絡。</p>	文化部、 交通部、 經濟部
6	(1)為鼓勵青年投入文化產業，成為產業助力，可鼓勵青年學子參與相關活動，如有優秀獲獎表現可以抵免相關學分。	教育部 (高教司、 技職司)

	(2)建議鼓勵各系所提供跨領域或彈性的實習課程(例如華文系協助撰寫品牌故事、外語系投入翻譯)，授課教授則擔任督導，適時給予諮詢資源，並擬定評分標準，並且將課程案例集結成冊，分享經驗，五年一次辦理經驗傳承活動。	
7	為促進產業交流，建議舉辦同業案例研討會以及主題招商展覽會，達成經驗交流與情感聯繫，並且將媒體推廣納入要點，首屆建議由文化部舉辦，未來轉交相關非營利組織(如：文創產業協會、基金會)辦理，以吸引更多消費者及相關業者投入。	經濟部、文化部

### 中區場次

辦理日期：103年7月5日

會議地點：臺中逢甲大學

#### 一、現況和問題：

1	大環境影響：家庭部分多保守思維，因薪資不穩定多不鼓勵年輕人從事文化工作；教育部分著重教導背景知識而非培養如何付諸行動力(如：政府有提供行政院國家發展基金創業天使計畫、U-START等，但實際運用該資源的民眾有限)以及臺灣缺乏像韓國企業扶植產業的風氣。
2	(1)當地對於本土文化保存意識不足，技藝、文化資產(如：樂生安養院、彰化的扇形車庫)。 (2)近年來有許多本土電影成功打響知名度，以及進軍海外市場，吸引許多觀光客欲參觀現場，體驗拍攝實境，但對於拍攝景點未有後續保存的機會(如：KANO、海角七號、賽德克巴萊)，結束拍攝後片場多拆遷，未能妥善保存進而發展在地觀光，延續國片熱潮和吸引國外旅客來臺時能參觀該景點。
3	(1)政府補助文化產業多是為達成績效而做(如：KPI)，且政策輔助多為一次性、單一性而非全面性，只為了該方案成功而複製其他已成功案例，沒有另外分析目標市場或創新發想，且並未考量臺灣自身經濟體發展和打造出適合該產業的氛圍。 (2)補助的限制多，且無後續協助與長期投資的配套措施，對於相關人才培訓也侷限於特定領域的民眾(如：有限制相關科系畢業)，雖有培訓人員，但因人數不多造成無法大量產出專業人員，政府

	對於文化產業的補助相對於其他產業偏低(如：IT 產業)。
4	政府通常多以利益導向為主，不太以文化保存為導向（如：阿里山小火車 BOT 委託給宏都來執行，但斷軌事件發生後，委外廠商不願修復，以至於無法通行，故林務局只好又將經營權收回，讓臺鐵經營），外包廠商多注重自身利益，而不關心文化維護的重要性。
5	文化產業相關產品的單價普遍偏高，造成年輕族群購買意願偏低，若品牌知名度不高，導致購買的意願更低，且目前為了降低更多的研發成本，多數商家採取模仿熱門商家的成功案例，造成目前市面上產品相似度極高且沒有獨特性(如：微熱山丘販售鳳梨酥、蛋塔工廠的蛋塔潮，導致商品無差異性)。
6	政府網站提供的相關資訊過多且複雜，導致有意願運用資源的民眾或團隊無法輕易地找到相對應的協助（如：舊版網頁未更新，新版網頁的訊息量過多和補助類型多，未有整合的單一窗口），且補助及申請的限制過高，使得中、小型企業難以得到補助。
7	當地權責單位與在地居民的認知不同，導致不必要的爭端，且外地旅客超量進入觀光地，加上當地權責單位，沒有事先了解在地居民的需求，反而單方面的規劃遊客參訪，但實際上當地居民並不希望外來遊客倉促參訪（如：豐年祭），外地遊客一日遊也無法對於當地文化有深度認知與理解，且大量遊客進入部落，也會造成當地環境破壞，無法帶動當地文化的延續性。
8	由於青年對本土文化深度及認同感普遍低下，多追求國外流行，造成國外流行文化強勢入侵，而忽略臺灣本土文化，以至於本土文化無法帶動提升，進而缺乏競爭力，加上教育課程重視程度不足，致臺灣多元文化發展不均（如：多關注於閩客文化，造成其他相對弱勢、偏鄉文化發展遭受忽視）。

## 二、行動方案及政策建議：

項次	行動方案及政策建議	對應部會
1	<p>(1)環境面：藉由教育來培育青年思考能力和積極參與論壇，家庭部分則由相關單位承辦課程，主要是藉由課程內容來破除傳統觀念。</p> <p>(2)企業贊助：大學和資訊業結合產學合作，企業長期贊助培育選手一方面企業回饋一方面提升自己曝光率（如：韓國三星積極贊助爭取曝光）。</p> <p>(3)行動力：法規嚴格審查過程長，政府回覆效率不高，</p>	<p>教育部 (<del>終身司</del>)、 高教司、 技職司) 文化部</p>

	<p>減低民眾參與的意願，建議以每月文案量來做行政人力調度的增減。</p> <p>(4)特色不明確：藉由行銷和加入明星代言（如：藉由影視影片或平面廣告，以及電玩遊戲中出現特色景點、文化），增加文化曝光度。另建議成功的大企業願意協助帶領帶小企業一起合作，提升國際能見度。</p> <p>(5)通識課程：完善課程規劃，讓學長姐回來分享，學生走出校園體驗當地文化，老師也要接受當地文化教育的培訓，方能更加體會在地文化，建議當地文化局的替代役一起投入輔助文化建設。另教育部可以設計技職課程，專注在沒落課程和傳統技藝課程結合。</p>	
2	<p>(1)在地傳承保存的部分，主要以中央政府強勢主導，並且提供誘因讓地方政府維護在地文化，且鼓勵企業認領維護古蹟和社區營造合作，人力部分透過在地學子（以大學生為主）加入計畫協助和設計。</p> <p>(2)由文化部普查具有保存價值資產的文化資產，並且認定其級數，避免高保存的文物被拆遷或土地變更，並和在地文化做結合和宣傳。</p>	經濟部 文化部
3	<p>(1)若屬國營事業具保存價值的資產（如：虎尾糖廠、空軍眷村、扇形車站），因年久失修，現行是由國營事業自籌款項為預算來源，建議以行政院成立跨部會任務小組，將國營事業管理法修法為不須國營事業自籌款，而是由行政院和文化部直接撥款（如：古蹟歷史建築及聚落保存維護補助作業要點：屬國有或公營事業所有者，原則由管理使用機關（構）自行編列預算辦理。）</p> <p><u>部會建議事項：有關經濟部所屬國營事業的資產保存部分，是依照文化部的文化資產保存法進行維護，建議將「國營事業管理法」改為「文化資產保存法」。</u></p> <p>(2)擬定文化資產認定條例，透過文史考察評估是否保留文化資產，活用被維護的資產可以增加觀光財、文化財，政府協助找贊助商，而國營事業則是以不破壞文化資產為主，來發展增加軟實力，政府考察團成員要多元（如：包含各面向的專家學者，以及當地耆老和文史工作者）。</p>	經濟部、 文化部

4	異業結盟大企業帶領小企業共生共榮提供誘因減稅，和社區特色產品推廣：找相關廠商來上課（如：對相關業務人員提供培訓課程，一家廠商有限定幾名員額，由企業自行推派員工參加），傳授行銷和廣告等概念，提升的產品的附加價值。	經濟部
5	(1)整合資訊和建立單一網站，讓民眾了解有哪些活動和措施，以及有需要的民眾可以便利取得協助，促進民眾的參與度。 (2)改善申請及補助的門檻，使得中、小型企業也能得到需要的協助(如：降低資格限制，以及追蹤輔導後續進展、各階段補助款和提供全方位協助)	文化部、 經濟部
6	由當地人民及社區發展協會共同規劃（如：豐年祭的發展，可透過座談會詳實紀錄，確認當地意願、發展走向等），由自身需求出發。	文化部、 原民會、 <u>交通部</u>

#### 南區場次

辦理日期：103 年 7 月 6 日

會議地點：中華電信學院高雄所

#### 一、現況和問題：

1	臺灣因為過去殖民地歷史，加上歐美、日韓文化的大量進入，造成民眾對於文化容易產生自卑感，加上閱讀習慣改變，對於深度文化的議題難以引發興趣，且主流媒體對在地文化的深度報導較少，造成青年普遍缺乏對在地文化的認同感。
2	青年欲投入文化創意產業經營時，政府機關對於補助支持辦法大多為被動宣傳，缺乏整合性的政策宣導，使得青年缺乏對相關資源與辦法的了解。
3	(1)政府相關單位現多發展貸款(如：青創貸款)方案，對於長期且穩定的補助政策較少，缺乏質化標準的衡量，只衡量量化成效，如以開發幾項專利作為審查目標，對於相關辦法又缺乏長遠的遠見，偏重於短期且一次性的補助。 (2)國家政策方向多重視經濟發展而忽略文化推廣的深耕經營，態度多對文化事業採拋棄式成長心態，以換取最大經濟成長（例如：拆遷古蹟來迎合都市更新或開發案，如鳳山火車站）。

4	<p>(1)在產業方面，產業行銷缺乏文化概念，使得宣傳過於單調，無法以多元方法吸引青年，且容易忽略其他年齡層的目標消費者，造成市場侷限、發展受阻。加上商品樣式缺乏實用性與豐富文化內涵，容易落入模仿風潮，沖淡其背後的文化意義。</p> <p>(2)臺灣對於國際競賽得獎者不重視，缺乏對後續的發展輔導，致成功經驗難以引起群眾注意與延續影響。</p>
5	<p>社會價值觀造成政府對傳統文化缺乏保存意識與推廣，例如陣頭文化等，加上教育環境對於鄉土教育缺乏落實，現行課綱內多只有簡略敘述或是未列在其中，且文化產業發展受限於城鄉資源差距，發展懸殊。</p>
6	<p>因臺灣文化缺乏整合性形象宣傳，且國際能見度較低，行銷手法與文化意識難以兼具，造成文化與市場性不足。</p>

## 二、行動方案及政策建議：

項次	行動方案及政策建議	對應部會
1	<p>(1)為提升青年的在地文化認同，建議從國小到高中的課程應融入本土文化，改善現階段偏重語言學習的教育，加入更多走入社區體驗文化的課程，以達長遠落實文化影響力。</p> <p>(2)在現有的文化創意提案相關競賽中，應多提升誘因吸引更多優秀青年參加。</p>	<p>教育部 (國教署) 、文化部</p>
2	<p>(1)借重校園提倡鄉鎮文化復興，協請學校或社區設計在地文化課程，教導學生學習在地傳統技藝，透過傳統技藝老師傅推出傳統產業培訓計畫，讓參與培訓學員學習技藝並取得證照(如：宋江陣、辦桌等)，讓地方特色得以凸顯，傳統文化得以傳承。</p> <p>(2)配合現行十二年國教方針，鼓勵教師設置鄉土課程，結合地方非營利組織力量，推辦文化體驗之旅(如：農村體驗)，相關經費除了可以申請補助專款，亦可以接受企業贊助。</p>	<p>教育部 (國教署) 、文化部</p>
3	<p>為改善現有補助方案多為貸款或短期型一次補助，建議政府擬定方案，扶植企業穩定獲利後再返還部分補助款，並將此返還款項列為計畫基金，使用於挹注其餘企業申請方案，使產業透過政府媒介相互協力，以求永續經營與資源共享。</p>	<p>文化部、 經濟部</p>



4	<p>(1)建議針對傳統產業舉辦大型商展，並且借重國際展覽活動、賽事推動文化宣傳，使文化創造價值，並且結合現有主流文化潮流，以吸引人的元素作主體、文化特色為輔，置入節目中作為文化行銷，以大量曝光來增加觀眾印象，例如：日本流行動漫將大阪燒融入節目之中，讓觀眾了解日人風俗與飲食特色。</p> <p>(2)鼓勵失業青年投入傳統產業，提供傳統產業相關課程培育待業人口進入產業，延續價值。</p>	經濟部、文化部、勞動部
5	<p>(1)為鼓勵青年投入文化創意產業創新與發展，建議設立縣市層級的文化經理人，針對文創產業，提供市場諮詢、轉型顧問服務。</p> <p>(2)在擬定政策前，成立文創產業訪調團，分析產業現況，提出區域整合與推廣方案，並為使團體或個人申請專案補助的使用便利性，建議網站入口單一化，整合相關政策並列出申請標準作業程序(SOP)，以提升政策利用率。</p>	經濟部、文化部
6	<p>在地方文化推廣方面，建議致力保留原有的記憶性建築(如：鳳山火車站)，並將舊有歷史館舍整理後提供團體申請使用場地，作為社區微型文化發展基地與社區營造，並由縣市政府文化局補助展演活動(如：駁二特區)，以建立指標性景點。</p>	文化部
7	<p>(1)結合現有觀光工廠發展故事行銷，推出具有臺灣文化特色的文創商品。(如：推出故宮圖騰紀念酒，同時行銷酒廠與故宮)，並舉辦臺灣旅遊專家計畫，邀請部落客或青年以環島的方式進行各地風采之旅。</p> <p>(2)於機場、車站等國外觀光客多的據點印發臺灣文化特色明信片，供免費索取，並於旁邊設立郵筒，以利直接寄送，提升臺灣文化國際能見度。</p>	交通部

#### 北區場次

辦理日期：103年7月13日

會議地點：國立臺北科技大學

#### 一、現況和問題：

1	臺灣雖富涵多元文化但在文化旅遊推廣上深度不足，加上產業欠缺
---	-------------------------------

	對文化的深耕，多以營利為導向，並不了解本土文化底蘊，只一味模仿，缺乏吸睛亮點，如：國內旅行社在安排外國旅客行程時，多以著名景點(如：阿里山等)為主，對於地方特色文化旅遊較為缺乏與不重視，較少被安排於行程中，難以深入了解各地特色文化。
2	國人因為教育課程中對本土文化的著墨不夠深入，多半只停留在字面的介紹，加上成長環境較少有機會接觸文化展演活動，國內媒體對國際文創產業動態之新知報導過少，造成國內消費民眾多半缺少本土文化意識、文化特色認同感不足，對本土文化推展國際缺乏自信，進而容易受到外來文化衝擊。
3	(1)國內文創商品雖具有一定吸引力和實力，但企業對國際市場脈動缺乏敏感度及有效推廣策略，加上國內市場內需小、產量少與單價高，重複性過高無法吸引民眾，進而造成產業發展停滯，無法擴大經濟規模和吸引創新人才投入。 (2)因為臺灣相當多元，文化、生活型態的差異造成消費者對於產品無法產生情感認同，反而成為發展劣勢，產品容易導致目標顧客差異，如霹靂布袋戲是閩南文化，就無法讓原住民了解。
4	國內在文創產業發展部分，未有整合性行銷策略，政府補助資源比例失衡，無法有效輔助偏鄉地區產業發展，加上缺少具前瞻性的長期發展計畫，造成產業發展時容易受阻，如：一鄉一特色的政策無法延續，最後無疾而終。
5	(1)學校專業人才(如：教授)欲發展前瞻技術，但由於申請補助的行政作業冗長，申請過程要從地方向中央層級呈報，經費運用與撥款制度不夠靈活，導致申請時間曠日廢時，難以解決產業需求，且相同類型補助若隸屬不同單位，相關申請表單亦缺乏整合。 (2)另審查機制缺乏專業人員的客觀評估，經常是業管單位的行政程序審查，補助後又缺乏後續追蹤，無法即時修正不合時宜的政策條款。
6	臺灣法規限制影視媒體推廣本土文化行銷，如：日韓透過媒體置入性行銷來宣傳自身文化，但臺灣影視媒體受到法規限制，如置入性行銷需要馬賽克或罰款，且影視媒體沒有主要發展的特色，加上國人不了解我國影視娛樂文化在國際上的發展狀況，如：綠光森林、霹靂布袋戲、我可能不會愛你…等在國際上具有一定知名度的戲劇，但民眾卻無法主動向國際行銷自身文化。
7	創業者過度依賴政府補助，少部分民眾甚至認為政府應無償補助，且政府補助通常都只有經費，缺乏人才與企業的媒合。

8	在偏鄉地區社區發展營造上，青年人口外移，社區多為年長的老人，缺少專業人才協助社區發展，缺乏宣傳管道，且當地特色文化推廣也因經費不足導致受阻。
---	--

## 二、行動方案及政策建議：

項次	行動方案及政策建議	對應部會
1	<p>(1)在地鄉土文化深耕不足的部分，可和旅行社配合，透過地區性的參訪和旅遊志工等，進行深入旅遊，也可藉由社區營造的方式將文化深入當地，像是由當地居民接待外國旅客的方式，重點導覽當地的文化特色環境。</p> <p>(2)可透過部落體驗和一鄉一特色等政策，結合旅行社和部落客以及社區規劃特色或部落旅遊，先做國內推廣再發展為國際旅客旅遊行程。</p> <p>(3)在交通的部分可結合社區資源，如當地居民所使用的客用車，可用來接送無法進入當地社區的旅客，亦可利用當地居民的腳踏車供旅客參訪地區文化時使用。</p>	交通部、原民會、文化部
2	在國內民眾對本土文化認同不足的部分，可以推廣本土文化課程，像是結合大學選修課程，師資的部分可雇用和業界相關經驗的教師、導遊，並且在課程中加入文創及文化元素，利用教學方式讓青年先了解自身文化後，再到中小學進行實務推廣，並且請教師在教學完後將教學課程放到網路平臺。	教育部 (高教司、國教署)
3	在經費不足的地方，可以請政府用專案輔導的方式來輔導民眾，並且舉辦鄉土文化相關節目，讓相關產業青年可用小成本去經營(如：壹玖八七團隊)。	文化部
4	在宣傳不足的部分，政府鼓勵企業研發 APP(景點 APP 平臺、旅遊方案平臺、補助申請平臺)，透過政府公開平臺資訊，讓全民一起協同導覽資源，配合學校、當地政府，來推廣各地方文化特色旅遊行程(原住民、八家將)。	經濟部、文化部
5	<p>(1)在文創商品國內市場的部分：政府可媒合文創人才與企業結合；推行全國性文創專案，結合地區郵局、臺鐵來宣傳文創商品；也可將展演空間建立為固定的文創聚落(如：臺中范特西、電腦街、婚紗街)。</p> <p>(2)在企業無法將臺灣文創商品、文化帶到國際的部分：</p>	文化部、經濟部

	<p>可以先把地區資源做連結，深植企業文化(如茶飲文化)再擴展，也可藉由品牌聯名的方式，推廣臺灣文創商品。</p>	
6	<p>(1) 文創補助比例失衡，應請政府將補助資訊公開，並鼓勵企業主動提供資源。</p> <p>(2) 利用國內大量外語人才(移民、新住民)，向國外介紹臺灣文化，可結合青年署國際旅遊志工政策進行輔導，帶出臺灣文化特色。</p>	<p>經濟部、 文化部、 教育部 (青年署) <u>、內政部</u></p>
7	<p>(1) 創業補助審查機制：可組成三方審查小組(學術、政府、產業)，透過有企業及學術界有相關實務經驗者擔任評審委員，讓通過條件的創業青年可獲得補助。</p> <p>(2) 改善後續追蹤的部分，可讓相關人員透過不定期抽檢，成果不好減少補助，反之則增加。</p>	<p>文化部、 經濟部</p>
8	<p>由政府和地方成功企業教導居民，結合地區特色，發展文化獨創商品。</p>	<p>經濟部、 文化部</p>