

95 年度創意加值計畫書撰寫諮詢輔導會議 座談會記錄

與談人：(按姓氏筆畫序)

林芳吟 總經理 (頑石創意有限公司)

洪滋遠 博士 (國科會人文處)

陳雪華 教授 (台灣大學圖書資訊學系/數位典藏應用服務分項計畫)

項 潔 教授 (台灣大學資訊工程學系/數位典藏應用服務分項計畫)

趙國仁 專案經理 (數位典藏網路園區)

記錄：許孟筑 (數位典藏應用服務分項計畫專任助理)

提問一

謝顯丞教授：許多計畫正面臨計畫的產出和廠商間的利潤不知該如何分配的問題。建議網路園區可提供相關資訊，例如法律規範、其他計畫實際執行方法、經驗分享等供各計畫參考。

洪博士回答：國科會對於後續產出的利潤歸屬目前並無規定，但依據小產學的前例是--產出商品化之後 20%的收益要繳回科發基金，預計將發文計畫辦公室比照辦理。

項教授補充：網路園區未來會補上法律相關資訊。收益繳回科發基金部分，由於學界可向科發基金申請撥回一定比例使用，因此對於原本收益需全部繳庫的國有單位是一個有利的消息。

提問二

陳儒修教授：計畫執行期間結束之後，計畫產出的權利歸屬為何？

洪博士回答：國科會尚未對此部分做出規定，原則是歸屬於執行計畫的學校單位，因此需與學校單位討論。

提問三

洪一平教授：小額計畫剛開始較缺乏銷售管道，建議網路園區也可建立交易、收費機制，除了行銷、推廣商品外，也協助小型的計畫銷售商品。

趙國仁專案經理：短期內園區的定義是作為行銷平台，不提供商品銷售是為了避免與頑石等原本已有交易機制的廠商衝突，故僅提供商品資訊，但是考慮到有一些計畫比較缺乏銷售通路，所以可以考慮進行銷售輔導，或將交易機制納入下一階段的規劃中。

項教授補充：可研擬交易機制，提供各計畫一個銷售管道的選擇。

提問四

巫文隆研究員：建議園區除了行銷推廣功能外，也可提供素材與需求的組合管道，例如廠商需要與現有的禮品不同的杯子，園區可同時提供各式圖片以及馬克杯製造商，供有需求者自由結合。如此更能發揮創新的精神。

項教授回答：提供媒材和需求的媒合管道是應服的基本精神，使上下游產業能夠結合，激發創意。另外建議園區可以提供除了商品介紹之外，還有價格、銷售地點等資訊供消費者參考。

提問五

吳佳倫小姐：請問頑石和國科會之間的合作關係為何？

林芳吟總經理回答：頑石進入產業較早，因此尚未提過國科會計畫，但很願意提供相關經驗供大家參考。補充經驗分享，數位典藏創意加值的未來發展上，除了授權問題之外更需注意品質管理。國外的商品授權過程中，常會包含一部份商品用於教育推廣用途可不收權利金，可提供大家參考。

結論

項教授：本次計畫書撰寫重點在於產值的強調，希望各計畫能重視產學合作，與廠商配合。