出國報告（出國類別：考察）

考察韓國設計產業推動組織

服務機關：經濟部及所屬機關工業局
姓名職稱：龔明鑫次長、呂正華局長、陳國軒副組長
派赴國家：韓國(首爾)
出國期間：107 年 6 月 24 日至 107 年 6 月 27 日
報告日期：107 年 9 月

摘要

一、為營造國內設計力推動的優質環境，全面驅動產業及社會的創新發展，經濟部規劃 109 年成立設計研究院。經研究英國、日本、韓國及泰國等國際設計機構之次級資料後，發現各國因設計專責機構推動與設計實踐，確實對國家產業經濟與社會創新具實質成效。其中韓國因文創之推動，更為該國帶來新台幣 3.3 兆元經濟效益。經查韓國其背後之主要推手為韓國產業資源部成立之「設計振興院」(KIDP)與文化體育觀光部成立之「內容振興院」(KOCCA)，由於韓國發展模式與產業屬性與我國相近，故規劃此次考察計畫，係希望透過實地拜會與洽談，就韓國公部門推廣設計產業之策略與架構進行現場觀摩與體驗，供未來本部成立設計研究院之規劃參考。

二、本次韓國考察期間為 107 年 6 月 24 日至 27 日，由經濟部龔次長明鑫率工業局呂局長正華、陳副組長國軒及台灣創意設計中心張董事長基義、宋執行長同正等相關人員一同出訪，拜訪韓國相關組織或單位，收穫豐碩，摘述如下:

(一)考察韓國內容振興院及設計振興院之組織架構、人力、預算、經營等作法，並了解韓國運用設計導入公共政策、產業發展與國際連結等策略，及培植新創公司軟硬體資源等，供我國設計研究院規劃參考。

(二)拜訪首爾設計基金會及首爾新活用廣場，深度了解城市將設計結合生活、經濟、觀光等多面向策略，並對台韓雙方未來之設計合作進行討論，為未來設計合作方向打下基礎。

(三)與韓國經濟研究院副會長、韓臺國會議員親善協會會長、韓國能源儲存系統產業振興會會長等會談，並舉辦台商聯誼會座談，深度掌握韓國政經現況，並了解台商在韓國所面臨之問題與需求等，可作為未來台灣產業政策研擬參考。

目 錄

壹、出國目的 3
一、背景說明 3
二、計畫目標 4
貳、團員組成 6
一、本部成員(共 3 名) 6
二、台創中心及顧問(共 6 名) 6
參、參訪單位與行程 7
肆、考察及會議實錄 8
一、駐韓台北代表處（Taipei Mission in Korea） 8
二、韓國內容振興院（KOCCA) 10
三、台商聯誼會座談 16
四、韓國設計振興院（KIDP) 19
五、首爾設計基金會（SDF) 24
六、與韓臺國會議員親善協會會長趙慶泰會談 28
七、韓國經濟研究院(KERI) 30
八、與韓國能源儲存系統產業振興會（KEIDA）座談 35
九、首爾新活用廣場 39
伍、心得與建議 42
陸、檢附相關資料 44
附件一：韓國經貿發展介紹 44
附件二、KOCCA 簡報資料 50
附件三、KIDP 簡報資料 67
附件四、首爾設計基金會簡報資料 77
附件五、拜訪對象名片 89

壹、出國目的

一、背景說明

世界經濟論壇的全球競爭力報告指出，台灣和許多已開發國家都已邁入「創新驅動」的經濟發展階段。我國產業慣以科技驅動創新，未來更應結合台灣之設計優勢，以設計力驅動產業創新，整合科技、文化、技術及市場資源等，全面提升我國的創新能量。

目前台灣產業急需新的成長動能，政府推出 5＋2 產業創新政策，就是要引導產業有新的發展方向。台灣過去長期培養豐沛設計能量，正是驅動產業成長及社會創新動能的最佳軟實力。

為營造國內設計力推動的優質環境，以利全面驅動產業及社會的創新發展，經濟部擬推動成立設計研究院。研究包含英國、日本、韓國及泰國等國際設計機構，重點如下：

(一)英國 Design Council：政府政策智庫，主導公共服務設計政策、推動旗艦社會計畫、設計前瞻研究及產業輔導等。

(二)日本設計振興會(JDP)：推動日本優良設計 G-MARK 品牌形象，另協助地方經濟發展及公共設計議題研究。

(三)韓國：

(1) 設計振興院(KIDP)：規劃公部門設計政策、推動國家與企業品牌、提供產業設計教育、設計研究等。

(2) 內容振興院（KOCCA）：負責流行文化、動畫、遊戲及音樂等內容產業。

(四)泰國創意設計中心(TCDC)：設置於泰國總理府下，負責公共設計政策，以創意設計作為泰國產業重要策略。

綜上，發現各國在運用設計專責機構推動設計力的實踐，確實在產業經濟及社會創新上創造實質成效。其中的韓國政府的產業資源部成立「設計振興院」與文化體育觀光部成立「內容振興院」，更為韓國文創帶來新台幣 3.3 兆元的經濟效益。其發展模式與產業屬性與我國相近，值得就近體驗與學習。

另外，韓國自 2007 年起，首爾市政府以設計作為城市發展核心，並逐步執行「設計首爾計畫(Design Seoul Project)」；加以韓國文創內容多年來席捲全球，打造首爾成為遠見的城市。

韓國政府整合國家及政策、執行單位，以及舉辦相關活動和國際推廣等相關週邊產業資源，協助發展韓國文創內容及設計服務，這些經驗值得我國相關業務推動參考。

二、計畫目標

本次考察重點為了解韓國推動設計及內容產業之發展策略，以及國家級設計單位如何透過培育、活動和國際推動整合產業發展資源。透過拜訪韓國文化內容振興院、韓國設計振興院及首爾設計基金會，以作為未來籌備設計院規劃之參考。

(一)韓國設計推動特色

1. 韓流影響席捲全球：韓國文創發展全球矚目，結合創意與在地元素，推動全球化的國家品牌影響力，其產業及相關機構的作法值得觀摩。
2. 設計與文創內容並進：韓國發展設計振興院 KIDP、內容振興院 KOCCA，分別負責「設計」與流行文化、動畫、遊戲及音樂等內容產業。
3. 設計導入公共政策發展：首爾市政府推動「設計首爾計畫」，其設計導入公共政策之作法與發展成效。
4. 設計推動跨機關政策整合:韓國設計相關機構推動跨部會共識，整合政策計畫及跨領域合作，啟用設計作為政策推動工具，並發揮規模效益。

(二)議題探討

1. 設計研究院設置規劃:實際了解韓國政府成立設計振興院及內容振興院之前期規劃及組織架構。
2. 設計驅動產業經濟發展:了解韓國如何應用設計和文創驅動國

家經濟，並在鼓勵企業提升創新效率、增加產值的策略作法。

3. 設計跨領域應用策略：韓國設計在文創內容、時尚流行等領域的跨領域合作手法，可作為設計跨域應用的參考。
4. 公共服務策略與作法：考察首爾設計導入公共政策以解決問題之策略和組織架構，並學習國家品牌經營。
5. 政策推動效能與品質：觀摩設計機構如何有效推動政策及公私部門合作效率，落實跨部門及跨領域合作帶動國家整體發展。

貳、團員組成

一、本部成員(共 3 名)

項次	單位名稱	職稱	姓名
1	經濟部	次長	龔明鑫
2	工業局	局長	呂正華
3	工業局	副組長	陳國軒

二、台創中心及顧問(共 6 名)

項次	單位/公司名稱	職稱	姓名
1	財團法人台灣創意設計中心	董事長	張基義
2	財團法人台灣創意設計中心	執行長	宋同正
3	財團法人台灣創意設計中心	副執行長	林鑫保
4	財團法人台灣創意設計中心	組長	李瑞欽
5	財團法人台灣創意設計中心	專案經理	蘇安婷
6	交通大學跨領域設計科學研究中心	顧問	劉惠媛

參、參訪單位與行程

日程	日期	行程規劃
6 月 24 日 （日）	15:15- 18:45	台北桃園機場 第二航廈集合 長榮航空 BR160 往韓國首爾仁川
	20:30	旅館 Check-in 首爾龍山諾富特大使飯店 首爾市龍山區青坡路
6 月 25 日 （一）	10:00- 11:00	拜會駐韓代表處 首爾鐘路區世宗大路 149 光化門大廈 6 樓
	14:30- 16:30	參訪韓國內容振興院 (Korea Culture and Content Agency, KOCCA) 首爾市中區清溪川路 40
	18:30- 20:30	台商聯誼會座談 Jinjinsura /首爾市鍾路區鐘路 5(Tower8 大樓)
6 月 26 日 （二）	10:00- 12:00	參訪韓國設計振興院 (Korea Institute of Design Promotion) 京畿道城南市盆堂區良賢路 322
	15:00- 17:00	參訪首爾設計基金會 (Seoul Design Foundation) 首爾市鍾路區慄谷路 283
	18:30- 20:30	與韓臺國會議員親善協會會長趙慶泰會談
6 月 27 日 （三）	10:00- 11:00	拜會韓國經濟研究院 首爾市永登浦區汝矣大路 24, FKI
	11:30- 13:00	與韓國能源儲存系統產業振興會（KEIDA）座談 Jinjinsura /首爾市鍾路區鐘路 5(Tower8 大樓)
	14:30- 16:00	參訪首爾新活用廣場 (Seoul Up cycling Plaza) 首爾市城東區汽車市場 gil 49
	19:45- 21:20	長榮航空 BR159 班機離韓返台北桃園

註：

1. 因行程安排，拜訪單位時間與原申請計畫略有更動。
2. 工業局呂局長另有公務，於 6 月 26 日中午即前往仁川機場搭機返國。

肆、考察及會議實錄

一、駐韓台北代表處（Taipei Mission in Korea）

時間：6 月 25 日(一) 10:00-11:00

地址：首爾鐘路區世宗大路 149 號的光化門大廈 6 樓

（一）代表處與會人員：

易志成公使、林春壽組長、林秘書陳洲、邱秘書玉錦

（二）單位介紹

駐韓國台北代表部（Taipei Mission in Korea）是中華民國駐大韓民國的外交代表機構，韓方的對應駐台機構為駐台北韓國代表部。 1949年1月4日大韓民國政府正式成立4個月後，兩國建立大使級外交關係，中華民國於大韓民國首都漢城（今首爾）明洞設置大使館。

1992年8月23日韓國政府轉承認中華人民共和國，並與中華民國宣布斷交。斷交後，兩國於1993年底及1994年初，分別在台北及首爾設立「駐台北韓國代表部」及「駐韓國台北代表部」，作為代表兩國政府推動雙邊實質交流合作之機構。我政府另於2005年初在釜山設立辦事處，以加強與南部地方政府之交流合作關係。

（三）參訪議程

10:00-10:10	易公使致詞及介紹駐韓國代表處同仁
10:10-10:20	經濟部龔政務次長致詞及介紹訪團成員
10:20-10:25	駐韓國代表處簡介韓國政情情勢簡報
10:25-10:45	駐韓國代表處經濟組業務簡報 1. 韓國經貿現況及台韓經貿關係 2. 2017年韓國內容產業發展及展望2018年發展情況
10:45-11:00	交換意見

（四）會談摘要

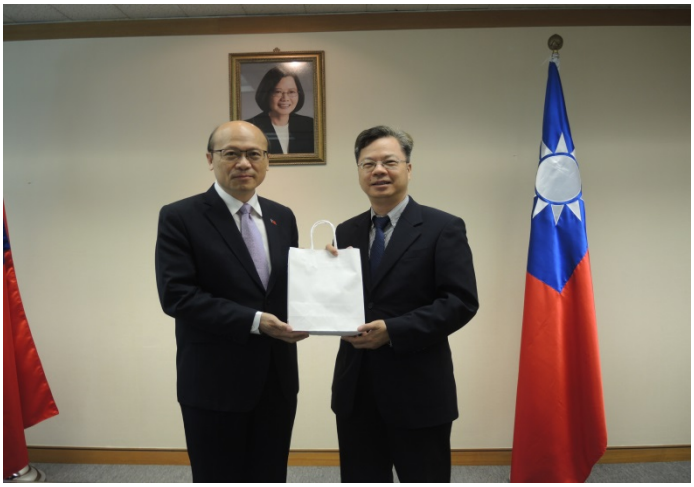
1. 駐韓國台北代表報告本次參訪韓國各機關之沿革、執掌內容、

推動業務策略等，並簡介韓國內容產業發展現況及未來展望。

2. 駐韓國台北代表簡報韓國因應美國貿易保護主義、修訂韓美FTA經過、韓國加入CPTPP之可能性及臺韓經貿關係之最新進展，並對韓國近年在內政核心價值及國際內容提出說明。

3. 龔次長與呂局長針對台韓兩國新南向政策之期許與未來合作機會提出說明，並對5+2產業創新政策的推動與駐韓國台北代表處進行雙向溝通。

▲易公使向龔次長說明代表處相關業務



▲會後龔次長致贈易公使小禮物

▲團員與易公使、林春壽組長等合影

▲團員與易公使於代表處大門合影

二、韓國內容振興院（KOCCA）

時間：6 月 25 日(一) 14:30-16:30

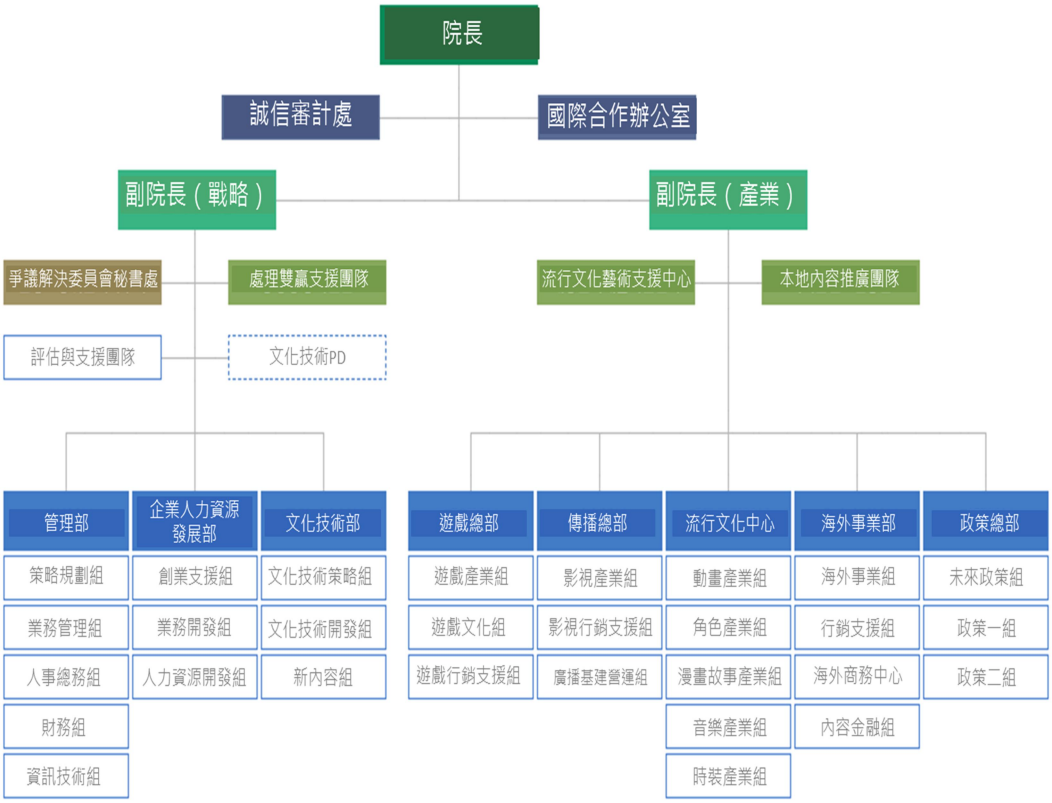
地址：CKL 企業支援中心（首爾市中區清溪川路 40）

(一)韓方與會人員：

1. Mr. Yung-Duk,KIM - KOCCA副院長
2. Jung-Uck, Kim - CKL執行長
3. Oh-Tae, Kwon - 國際事務主任
4. Kyung-Eun, Lee - 企業加速組組長
5. Jin-Sing, Namgung - 新創支援組組長
6. Woo-Young, Jeon - 國際關係經理

(二)單位介紹

韓國內容振興院隸屬於文化體育觀光部。為韓國創意內容產業推動政策的最高機構。韓國政府為有效率發展振興發展文化產業，進而強化及推廣大韓民國之文化產業，依據《文化產業振興基本法》第31條，整合了既有的韓國廣播影像產業振興院、韓國遊戲產業振興院、韓國文化內容振興院、文化內容中心、韓國軟體振興院、數位化文化產業團等文化事業相關機構組織，於2009年5月7日設立了法人機構KOCCA，統籌一切創意內容事業。KOCCA經費由文化體育觀光部100%補助。



KOCCA旨在整合文化領域的核心力量，促進文化產業的發展，構築綜合支援體系，實現成為世界5大文化強國的偉大理想。主動應對文化環境的整合，通過選擇與集中策略，培養綜合性文化產業，引導世界市場的發展。

另外，KOCCA在洛杉磯、倫敦、東京及北京皆設有辦事處，支援企業進出海外市場，例如：在國外協辦各項展示會，幫助業者行銷，或招攬國外業者前來韓國展示，增加國內外業者之合作機會。

1. 設立依據：韓國文化內容振興院於 2009年5月7日依據韓國文化產業振興基本法第31條規定設立。
2. 設立目的：提升國家競爭力，培育內容產業，涵蓋廣泛韓國創意產業，建構內容產業所需之輔導體系，發展國家經濟。
3. 業務督導機關: 文化體育觀光部。
4. 設立沿革：

   2009.05　成立韓國文化內容振興院

   2009.06　Global Game hub 中心對外營運

   2011.04　爭端調解委員會事務局成立(驛三洞)

2012.07　設立內容綜合支援中心(上岩洞)

2013.12　設置放送支援中心

2014.05　內容 Korea Lab 1 號館開館

2015.03　指定為內容價值評定對象機關

2017.09　內容試演場開館

2017.09　Studio tube 開館

5. 職掌：

(1)　研擬相關產業振興所需之政策、制度、研究及企劃方案

(2) 調查文化產業實際發展現況及統計

(3) 養成文化產業所需之專業人才及再教育

(4) 研發振興文化產業所需開發技術、技術推廣及標準化

(5) 促進文化產業之製作及流通

(6) 協助文化產業之創業、經營及出口

(7) 輔導開發文化原型、學術資料及歷史文物等內容製作

(8) 設置可資促進文化產業發展之設施等硬體設備。

(9) 促進公共文化內容之保存、流通及使用。

(10) 蒐集、保存及運用國內外之內容資料。

(11) 協助廣播影視等媒體分階段、流通、運用及出口。

(12) 支援廣播影視業者與國外共同製作及轉製為外國當地語文。

(13) 化解電玩負面形象，營造健康之電玩文化。

(14) 促進 E sports 及促進國際交流。

(15) 保護內容產品消費者權益。

(16) 辦理國際內容會展。

(17) 藉由終身學習，促進學習。

(18) 以遠距離教學業者及教師為對象實施遠距研習活動。

(19) 為促進內容產業之活化，輔導出版業者加入內容產業

(20) 評定文化商品及文化技術。

(21) 接受政府委辦業務(國家技術人員資格檢定等)。

(22) 其他與內容振興院設立有關之必要事項

(三)參訪議程

14:30-14:35	雙方出席成員介紹
14:35-14:37	KOCCA致歡迎詞
14:37-14:40	經濟部致詞
14:40-15:20	簡報KOCCA發展歷程及業務介紹
15:20-15:50	Q&A
15:50-16:30	參觀KOCCA

(四)討論議題

1. KOCCA在韓國內容產業(Contents industry)所扮演的角色為何?政府所賦予的政策工具有哪些?
2. KOCCA的組織架構、人力狀況，營運與業務之經費規模與來源?
3. 文創產業的發展在韓國的文化觀光部、經濟部、產業通商資源部之間如何分工? 另外在地方產業的發展，文觀部及經濟部又如何定義分工?
4. 跨中央及地方政府部門的推動策略為何?又突破各部門本位主義的溝通方式為何?
5. 韓國內容產業的未來發展方向為何?又內容產業在科技化應用的趨勢為何?政策上如何驅動民間業者加速發展?

(五)會談摘要

1. 韓國內容振興院成立於2009年5月7日，隸屬於文化體育觀光部(簡稱文觀部)，為韓國創意內容產業推動政策的最高機構，每年由文觀部提供內容振興院約韓元600億之經費。韓國政府整合既有的韓國廣播影像產業振興院、韓國遊戲產業振興院、韓國文化內容振興院、文化內容中心、韓國軟體振興院、數位化文化產業團等文化事業相關機構所成立。
2. 金泳德副院長表示，為因應第四次工業革命，設計產業將成為消費市場之重要關鍵，內容產業為連結與融合文化、技術之最佳介面。2016年韓國內容產業產值已達105兆韓元，10

年內成長1.7倍，出口值達63兆韓元，並以遊戲、動畫占產值之最大宗(54.6%及10.2%)。

3. 2016年韓國內容產業產值已與該國半導體產值相當，但該產業較製造業屬知識密集型產業，所需成本較低但附加價值可觀，雖需長期投入，但值得我國借鏡學習。韓國並利用發展文化科技增加內容產出的質量及競爭力，以政府擁有更大力量推動的角度，提供人才需要的新技術。
4. 韓國不僅中央政府積極拓展內容產業外銷，大企業如LG、三星也著手於培植新興人才與作品發表，並重視前期分析各內容產業的優勢，進行推廣規劃。
5. 韓國內容振興院在國際推廣方面，搭配KBEE及K Content Export等國際展會，結合韓國製造業、服務業、及觀光業在海外進行宣傳，將內容產業帶進海外市場，進一步帶動韓國之國內觀光產業發展。

6. 韓國內容振興院策略目標及課題:

(1) 營造公平公正及雙贏的內容產業生態，建立公平的經營環境、提供資金共同成長。

(2) 創造與地方共同成長的內容產業，策略擴大培育內容產業及擴大推動內容產業計畫，並與地方政府共同合作，發揮自理自治的理想。

(3) 創造新韓流，興盛國際韓流，永續經營內容產業。

(4) 研擬新一波之韓流產品策略及甄選辦理機關，加強開發及經營世界市場之能量。

(5) 育成新內容產業成為深化第 4 次工業革命動力，協助開發新世代之新內容，擴大文化技術研發以融入綜合運用領域。

(6) 以內容產業創業創造就業，開展文化創業成為提供就業之中心。

(7) 形成以消費者為主之良性內容產業，擴大享受文化內容空間，營造以消費者為主之支援體系。

(8) 成立溝通、參與及開放之專業組織，成為革新之振興內容之

專業振興機關，加強與外界之溝通管道。

7. Content Korea Lab(CKL)為內容振興院旗下之創新孵化器，整個中心以硬體設施使用及空間租賃為主，針對影視、遊戲等重點產業，提供後製專用高階電腦、多項大型電子展示設備包含3D螢幕試播室、產品拍照空間、錄音室、專業實驗劇場、展區及兩層樓的出租空間。

8. CKL中心位於市中心、樓層面積大，針對1-2年新創業者提供優惠進駐條件，另外在外部資源的串連合作，期成為具潛力育成園區。

▲團員與Mr. Yung-Duk,KIM副會長合照

▲與KOCCA代表進行交流

▲參觀CKL的3D影像實驗劇場

▲參觀CKL的實驗團體表演廳

三、台商聯誼會座談

時間：6 月 25 日(一) 18:30-20:30

地點：Jinjinsura / 首爾市鍾路區鐘路 5 Gil 7 B2(Tower8 大樓)

(一)台商聯誼會與會人員：

	姓 名	職 稱	公司名稱
1	康文仁	會長	旅韓臺商聯誼會會長(欣銓科技社長)
2	龍志揚	社長	陽明（韓國）株式會社
3	黃維誠	總經理	元大證券韓國公司
4	馬占峰	理事	元大儲蓄銀行
5	吳孝遂	總經理	中華航空韓國公司
6	吳耀煌	社長	長榮海運韓國公司
7	許中承	副社	長萬海航運韓國株式會社
8	涂招文	主任	長榮航空公司(仁川機場辦公室)
9	何國瑋	主任	長榮航空公司(金浦機場辦公室)
10	張承倜	社長	New Golden Way Co Ltd
11	吳昕嶽	社長	華碩韓國分公司
12	柯博文	部長	旺宏電子公司
13	張群宜	社長	喬山健康科技韓國分公司
14	朴商隆	律師	HANKYUL 法律事務所
15	陳國龍	主任	首爾臺灣貿易中心

(二)背景介紹：

1. 該聯誼會為旅韓台商、華僑經營公會、我國企業投資公司之韓籍員工、外商華籍員工或我國在韓國企業員工自由參加。目前會員約 41 家廠商，61 人，現任會長為欣銓科技公司社長康文仁。
2. 台商聯誼會為聯誼及交流服務性平台，不定期舉辦韓國商情研討會、交換旅韓生活資訊、公司營運會計及財務等相關資訊，彼此扶持照料，開拓韓國市場。

3. 台商赴韓國投資：

(1) 投資件數及金額：依據本部投審會資料，截至 2018 年 2 月，台商投資南韓累計件數為 223 件，累計投資金額約 13 億 4,300 萬美元，約占對外投資總額之 1.07%。

(2) 投資行業：台商投資韓國產業主要為金融業、批發及零售業、製造業等。在韓投資之知名台商：欣銓科技、日月光、鴻海、元大金控、富邦、友嘉、陽明海運、長榮海運、萬海航運、中華航空等。

4. 主要臺商投資韓國情形:據我駐韓國代表處經濟組在當地蒐集之資料，近2年來重大投資案有富邦集團投資2億美元認購韓國現代生命保險增資股份取得48.6%股權、元大金控投資2.5億美元取得韓國東洋證券50.3%股權、鴻海集團以3.6億美元取得韓國 SK 集團旗下C&C公司近 5%股權、友嘉集團投資2,000萬美元取得韓國DMC工具機8成股權，以及投資430萬美元取得DSK工具機公司7成股權等。

5. 我國產業結構主要以中小企業、消費性產品為主幹，與韓國之生產成本類似，且產品處於競爭之狀況下，企業對前往韓國投資設廠生產之意願較低；另在韓投資台商家數少之主要原因包括：投資成本高、市場過度保護、強勢工會及語言障礙等。

(三)會談摘要

1. 龔次長應邀致詞感謝韓國臺商促進臺韓兩國經濟發展之貢獻，並向與會臺商研析2017年臺韓雙邊貿易額增加至達316. 26億美元，臺韓雙邊互訪高達194萬人次，均較2016年有雙位數字之成長，顯示臺韓貿易及互動越來越密切。

2. 依韓國內容振興院統計，向36位與會臺商代表評析2017年韓國內容產業之產值與半導體產業產值相當，顯見未

來軟性產業，包括內容或設計產業所創造之產值，與硬體產業將不相上下，為未來臺韓最有可能合作之產業。

3. 駐韓代表處經濟組林春壽組長另以「南北韓高峰會談與美朝高峰會議結果對南北韓經貿發展之影響」為題，簡報朝鮮半島統合之經濟發展趨勢；呼籲臺商密切注意最新情勢發展，倘國際社會解除對北韓之經濟制裁，宜發揮臺商冒險犯難之企業家精神，以高品質及價格之競爭優勢，開拓未來市場。

▲龔次長對台商代表們勉勵致詞

▲與會的台商代表

▲團員與台商代表們合影

四、韓國設計振興院（KIDP）

時間：6 月 26 日(二) 10:00-12:00

地點：322 Yanghyeon-ro, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do,

(一)韓方與會人員：

Ju-Hyun, EUNE 院長

Yun-Jib, KIM 執行長

Doo-Hyun, CHO 國際事業部部長

Eun-Joo, MAING 推廣部部長

Dong-Jin, SHIN 研究員等

(二)單位介紹：

韓國設計振興院1970年由韓國產業通商資源部成立，直屬國務總理，每年補助8成經費推動韓國整體的設計意識和能力。其任務為推動國家設計政策、設計展覽、設計獎項、設計資源平台、教育研究、公共關係與國際交流合作，鼓舞企業生產「設計導向」的產品，帶動國家整體經濟發展。在國內推廣設計活動，提升國民設計意識，進而增進人民生活水準。

1. 成立依據：韓國設計振興院於 1970 年 5月19日依據韓國產業設計振興法第 11條之規定(設置韓國設計振興院)設立。
2. 設立目的：開發及培育產業設計、提升振興產業效能，並以既有系統之架構推動設計產業發展。
3. 業務督導機關:產業通商資源部。
4. 設立沿革:

1970.05 設置韓國設計包裝中心

1977.12 制定設立「設計包裝振興法」,確定韓國設計包裝中心成立法源依據

1991.07 改制為產業設計包裝開發院

2001.04 依修訂產業設計振興法之規定改制為韓國產業設計

振興院

2001.09 韓國設計中心(京畿道城南市)完工啟用

2015.02 未來設計融合中心(慶尚南道諒山市)完工啟用

5. 職掌

(1)研擬設計產業政策及調查研究：工業設計調查統計、服務設計研究等。

(2)輔導開發設計提升製品設計競爭力及附加價值。

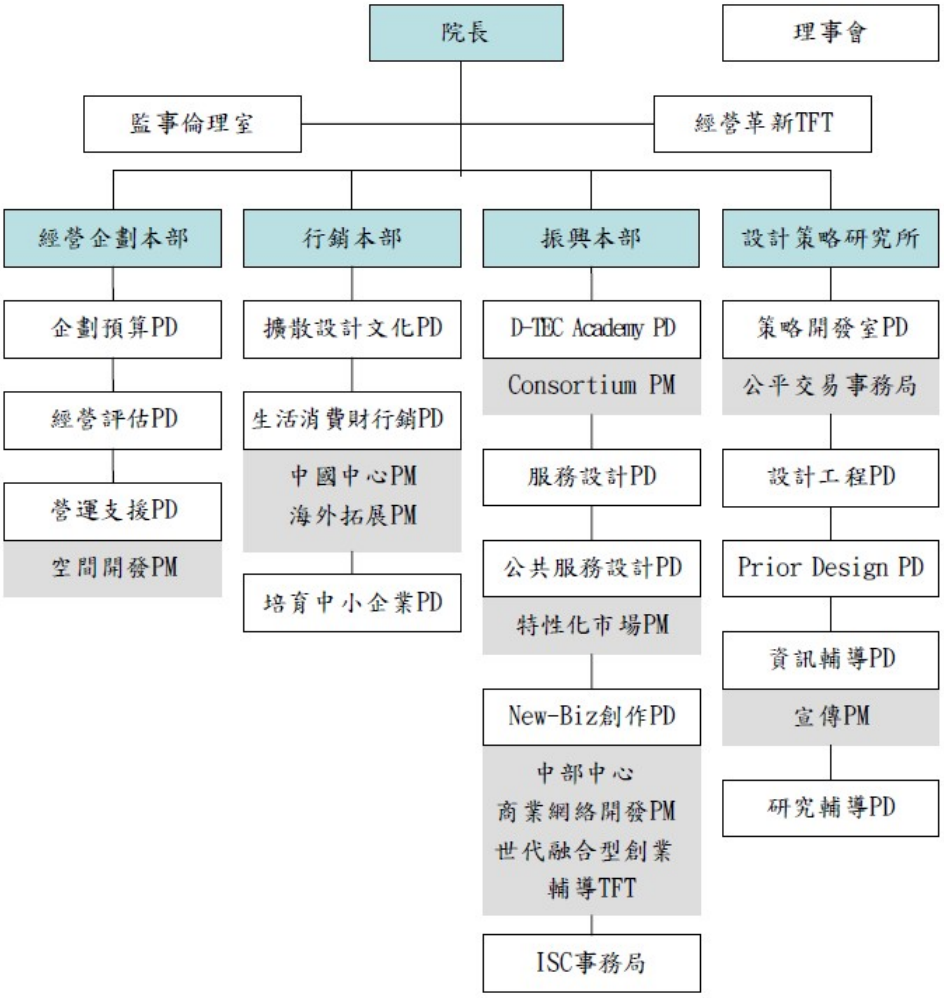
(3)開辦職業訓練課程及研習產業設計實作以培育優秀之設計人才: D-TEC 學院、設計研究院、設計天才學院等。

(4)輔導設計業者開拓海外市場及促進國際合作 : Design Korea、Super Design Market 設計比賽。

(5)辦理設計廣宣、出版、展示及提供相關資訊。

(6)辦理培育生活設計產業計畫。

(7)其他產業設計相關委託計畫。



6. 經營目標及策略

(1) 機關任務:有系統振興、發展及輔導設計產業革新成長，創造就業， 帶動國民的幸福時代。

(2) 機關展望：建構設計經濟平臺（Platform Provider）帶動未來新興之國家競爭力。

(3) 經營目標：於 2022 年達成設計使用達成 26%，提升設計產業市場規模至 25兆韓元、出口設計產品 1,300 億韓元，以及提升顧客滿足度至 95分以上。

7. 策略目標及課題

(1) 創造產業發展型式之擴大就業。

- 量身支援具發展潛力之企業。
- 創造設計產業之就業機會。
- 鼓勵優秀設計海外輸出。

(2) 擴大設計產業市場基礎

- 擴大海內外設計文化。
- 革新設計開拓海外新市場。
- 營造公平之設計交易環境。

(3) 帶動第 4 次工業革命及革新市場

- 加強研究革新成長之研究。
- 開發及提供次世代之產品平台。
- 培育設計技術及跨領域之人才。

(4) 實踐社會經營責任

- 重建經營倫理，重新獲得國民之信賴。
- 啟發設計創意，開創機關經營成效。
- 配合政府政策，執行業務。

(三)參訪議程

10:00-10:05	雙方出席成員介紹
10:05-10:07	KIDP致歡迎詞
10:07-10:10	經濟部致詞

10:10-10:50　　簡報KIDP發展歷程及業務介紹

10:50-11:20　　Q&A

11:20-12:00　　參觀KIDP

(四)討論議題

1. KIDP發展已歷經多年，請問各年代的階段性任務與成效如何?另KIDP在韓國政府政策裡的的定位與角色為何?
2. KIDP的組織架構、人力狀況，營運與業務之經費規模與來源?
3. 推動設計思維導入政府政策的策略做法為何?又設計在公共服務、地方建設等領域如何發揮影響力?
4. 設計如何創造企業的重視，並進而成為產業創新的驅動能量?
5. KIDP如何打造韓國國家設計品牌形象?

(五)會談摘要

1. 設計振興院每年由中央政府出資約600億韓元進行業務推動，並業務分為研發部和事業部兩部分。設計振興院在其他城市也有3個設計中心，由地方政府出資，設計振興院營運，並在梁山設立研究中心。海外中心則有中國大陸和越南，並希望在2020年擴展至6個海外中心。
2. 設計振興院業務包含政府設計政策發展、研發、中小企業輔導、設計教育、設計展覽及國際行銷推廣，以國家力量與中央相關部門及設計師共同策劃,將設計帶入城市生活，與市民共同思考解決方案，將服務設計推廣至一般市民生活中。
3. 設計振興院與台創中心關係密切,早於2010年曾簽署MOU，2011年受邀參加IDA台北世界設計大會。設計振興院早期任務以振興出口為主,隨經濟發展及工業革命4.0的到來，現則以推動life-style為核心，兼負公部門設計教育工作。

4. 未來設計振興院可與台創中心合作，包括在海外駐點之資訊交換、設計獎項相互採認等面向。
5. 設計振興院也舉辦競賽，如 Design Competition for Youth 及 Design Korea，有關展覽部分，舉辦 Korea Design Exhibition，另外辦理育成中心發掘更多有潛力的新創公司及人才，在設計振興院大樓中亦搭配展示、共創及租賃空間，提供新創企業設計服務顧問及企業經營所需之資源。
6. 國際行銷方面藉由韓國館(Korean Pavilion)、快閃店和通路擴大來做韓國設計品牌的推廣。
7. 設計振興院整棟大樓除了辦公室之外，尚有展示韓國設計獎獲獎作品、研發成果之空間，以及設計品商店、公共區域設計等。

▲與 Ju-Hyun, EUNE 院長進行討論交流

▲KIDP 對外出租業者之辦公及展覽空間

▲團員與 Ju-Hyun, EUNE 院長等合影

五、首爾設計基金會（SDF）

時間：6 月 26 日(二) 15:00-17:00

地址：283 Yulgok-ro, Jongno-gu, Seoul.

(一)韓方與會人員：

Kyung - Ran, CHOI執行長

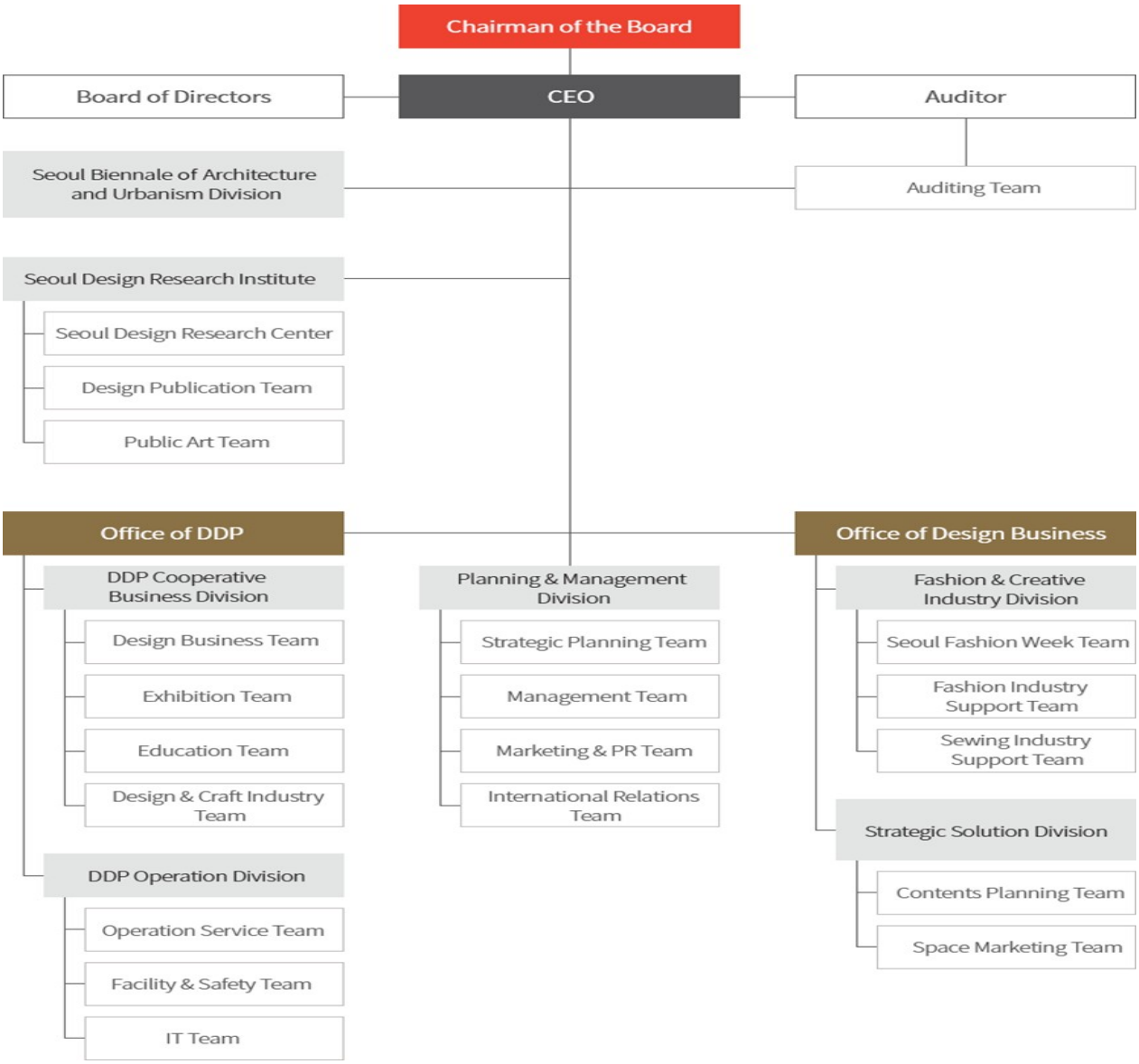
Goo-Hwan, CHOI策略與管理總監

Sang-Mook, LEE國際關係組經理、

Yong-Mi, KIM 國際關係組專案經理

Hyo-won, LEE國際關係組經理。

(二)單位介紹



1. 首爾設計基金會是2009年首爾市世界設計之都計畫的執行單位，目前其由首爾市政府 100%出資成立，冀望在全球通用設計和服務設計的趨勢中，藉由傳播設計文化及振興設計產業推動，提高市民的生活質量，並提升首爾設計在全球之競爭力為創辦宗旨。
2. 近年業務重點在推廣首爾服務設計(Service Design for Seoul)和設計企業(Design Business)兩項服務項目，從服務設計對社會和企業的分析研究應用至企業協作、城市交通等其他議題。其研究設計與社會問題在各個領域，包括經濟、社會、環境、文化的相關性，最有代 表性的例子便是東大門設計廣場(DDP)，而打造 DDP 未來成為全球的設計中心，並開展國際交流的世界第一個頂級、最大的設計服務平台則是其努力的目標。

(三)參訪議程

15:00-15:05	雙方出席成員介紹
15:05-15:07	首爾設計基金會致歡迎詞
15:07-15:10	經濟部致詞
15:10-15:50	簡報基金會發展歷程及業務介紹
15:50-16:20	Q&A
16:20-17:00	參觀東大門

(四)討論議題

1. SDF 基金會與 KIDP 的差異為何?韓國政府政策上賦予的角色與資源為何?
2. 東大門時尚產業發展現況，韓國政府支持東大門服飾產業的發展政策計劃有哪些?
3. 東大門設計廣場如何經營與推廣(特別在國際上)，建立首爾設計的品牌形象。又首爾設計中心如何運用服務設計強化對市民的服務與品質。
4. 首爾市服務設計產業規模、發展狀況及未來市場潛力。
5. 服務設計如何落實於公共策略策制?是否有涉及跨部會、跨

地方合作溝通?是否需要處理法規修訂?

(五)會談摘要

1. 首爾設計基金會隸屬韓國首爾市政府，2014 年起營運東大門設計廣場(DDP)，任務係以 DDP 為平台，推動提升市民生活品質之設計，提升東大門區域經濟發展、大首爾地區設計產業發展，以及來訪人數增加。
2. 首爾設計基金會將於 2018 年 9 月份將啟動首爾設計雲(Seoul Design Cloud)計畫，打造首爾新形象，建立國際/亞洲區的設計網絡，與民眾分享設計在生活、教育及社會的力量。整個計畫會融合設計週、時裝週，導入通用設計，以及會議和展覽的方式呈現，並將範圍擴至亞洲及全世界。這些活動以徵件方式收集內容，也邀請東大門周圍的廠商共同設計 logo 及攤攤，期待成為亞洲最知名的設計展，並建造亞洲的設計網絡，在首爾實現「以人為本」的智慧城市。
3. 東大門設計廣場由英國著名建築師薩哈·哈帝設計，斥資 4,840 億韓元歷經 5 年建成，是世界最大規模非標準建築。2014 年 3 月 21 日正式對外開幕，希望從東大門建築、展示內容及周邊商圈產業等，讓國際人士近距離體驗韓國文化與流行趨勢。
4. 東大門設計廣場總面積為 86,574 平方米，最高高度為 29 米，地下 3 層、地上 4 層，包括藝術廳、文化中心、設計實驗室、創意市場和東大門歷史文化公園五大場館設施。具「設計創造產業發源地」概念的複合式文化空間，提供國際會議、宴會、新品發表會、時裝秀、演出等文化活動和商務及購物休閒空間於一體。

▲龔次長與Kyung－Ran, CHOI執行長

▲本團與 SDF 代表們進行交流討論

▲團員於東大門設施參觀後與 Yong-Mi, KIM 經理合影

六、與韓臺國會議員親善協會會長趙慶泰會談

時間：6 月 26 日(二) 18:30-20:30

地址：Lotte 大飯店 Carlton room 36 樓

(一)韓方與會人員：

趙慶泰(조경태) / 韓台議員親善協會會長

- 南韓國會議員
- 盧武鉉民主黨總統候選人，助理政策，民主黨整合政策委員會副主席
- 釜山大學土木工程系（博士）

(二)背景介紹

台韓於 1992 年 8 月斷交，南韓國會於 1996 年成立「韓臺國會議員親善協會」，由當時「新政治國民會議」孫世一議員擔任會長，會員計 28 名。

(三)討論議題

1. 龔次長表示2017年台韓雙邊貿易額達316.26億美元，較2016年成長15.3%，韓國是我國第五大貿易夥伴，僅次於大陸、美國、日本及香港，台灣則為韓國第7大貿易夥伴。2017年雙邊互訪高達194萬人次，較2016年成長14.79%，台韓航班每週高達210班次，使台韓互為第3大觀光客來源國，顯示雙邊實質關係穩定發展。
2. 龔次長表示雖然台韓雙邊貿易結構中，有許多重複進出口產品，兩國在ICT產業除了競爭之外，其實也有相互採購及供應鏈關係。因此，善用雙方在全球市場所具有的不同競爭優勢，尋找差異化的合作模式，共同進軍第三國市場。
3. 趙會長洽詢兩岸關係，龔次長說明蔡總統上任以來未曾挑釁中國大陸，陸方只因我方不承認九二共識，而進行軍機繞臺及迫使各航空公司更改對我稱謂等壓迫作為；經濟上，陸方為發展「中國大陸製造2025」，對台灣採取複製技術、

引誘人才出走、利誘年輕人等不友善措施，但台灣不會屈服。

4. 趙會長回復，韓國政府雖努力推動與中國大陸友好關係，認為政治與經濟應各別處理，經濟方面中國大陸之角色固然重要，但絕不能犧牲臺灣，韓國不苟同中國大陸以霸權壓制其他國家之作法。

▲ 龔次長與趙慶泰會長交換禮物

▲趙慶泰會長與全體團員合照留念

七、韓國經濟研究院(KERI)

時間：6 月 27 日(三) 10:00-11:00

地址：46 FL, 24 Yeoui-daero, Yeongdeungpo- gu, Seoul 150-881,

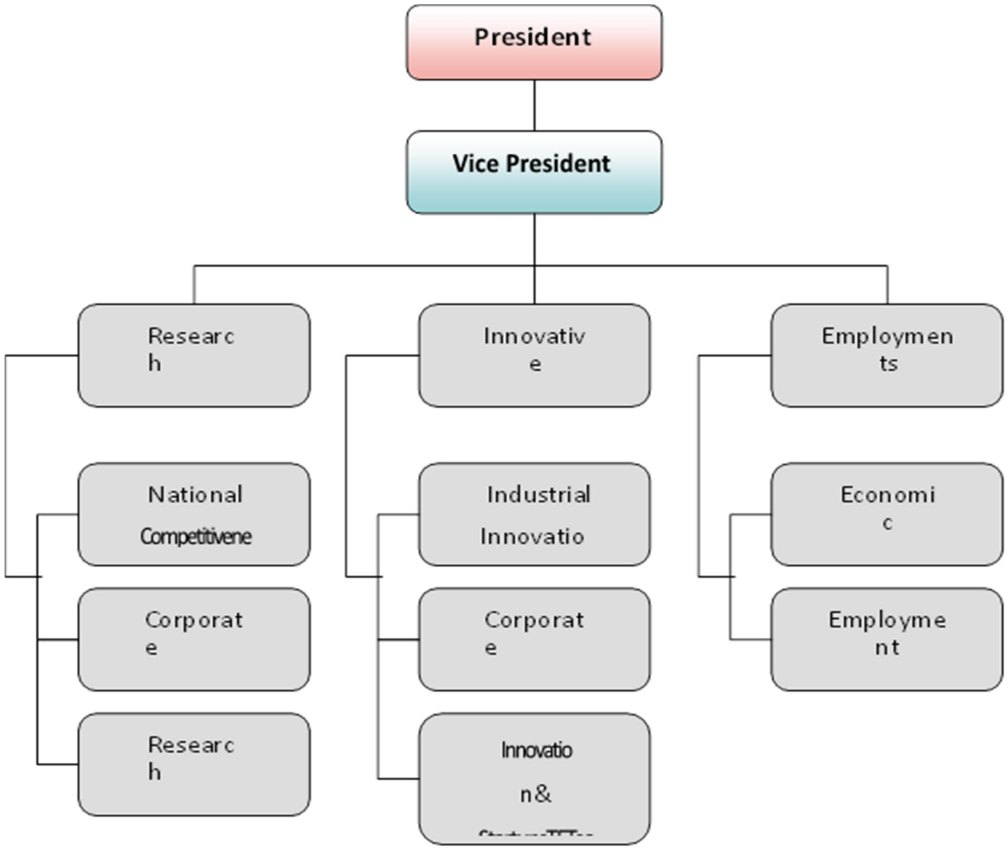
(一)韓方與會人員：

權信泰副會長 / 韓國全國經濟人聯合會

嚴致成常務 / 國際合作室

(二)單位介紹

1. 韓國經濟研究院(Korea Economic Research Institute, KERI）為韓國民間經濟智庫，成立於 1981年4 月1日。現任院長（President）為韓國全國經濟人聯合會（FKI）副會長權泰信（Kwon Tae- Shin）。
2. KERI 成立宗旨為協助建立有效率之自由市場經濟及培育公司健全成長，對韓國經濟成長及發展做出貢獻。
3. KERI 致力成為世界級智庫，該院研究人員對韓國經濟及企業成長之長期及短期前景進行綜合研究。為執行資訊庫功能,KERI 系統蒐集及分析國內外經濟和產業趨勢資料，為韓國企業建立全球管理策略提供實用指導。
4. KERI 創立原則及基本理念為「自由市場」、「自由企業」及「自由競爭」。



(三)參訪議程

10:00-10:05	雙方出席成員介紹
10:05-10:07	FKI 致歡迎詞
10:07-10:10	經濟部致詞
10:10-11:00	交換意見

(四)討論議題

1. 韓國經濟研究院對兩韓高峰會成功舉行後兩韓經濟合作之看法及因應做法：

(1) 文大統領與金正恩於本(107)年4月27日在板門店和平之家舉行兩韓高峰會並共同發表「板門店宣言」，在經濟合作方面，雙方為均衡發展民族經濟及共同繁榮，將積極推動2007年南北韓「10月4日宣言」相關計畫，並於開城工業園區內設立南北韓共同聯絡辦公室。

(2) 據媒體報導，在2018年4月兩韓高峰會成功舉行及6月12

日舉行美國北韓高峰會所營造出合作氛圍下，韓國許多金融業者正積極為未來兩韓經濟合作進行準備工作。FKI對未來兩韓經濟合作前景看法為何?是否已亦進行相關準備工作?

2. 台韓新南向(方)政策合作：

(1) 我國新南向政策工作計畫從「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」四大面向著手。在「經貿合作」面向，將強化產業合作與經貿拓展、促進基礎建設工程合作、系統整合服務輸出及金融支援；在「人才交流」面向，將在「以人為本、雙向多元」的交流原則下，藉由雙向人才培養，提升台灣與新南向國家雙邊人才資源的互補與合作；在「資源共享」面向，將發揮醫療、文化、觀光、科技、農業等軟實力優勢，作為我國強化與新南向國家開展夥伴關係的利基， 爭取雙邊或多邊合作機會；在「區域鏈結」面向，推動雙邊與多邊制度化合作，提升雙方協商對話位階，並透過國際合作來建立與新南向國家的夥伴關係。

(2) 我國政府盼與貿易夥伴在新南向政策下共同開發第三國市場商機，鑒於臺韓兩國均推動新南向(方)政策，倘雙方交流分享相關作法及經驗，將有助推動相關合作，請教FKI在韓國新南方政策扮演角色為何?

3. 請問韓國2018年經濟展望如何?現階段韓國經濟面臨的主要風險為何?

4. 韓國去年底通過稅改方案,以增加優質就業機會及改善所得分配為基本方向，請問目前實際推動成效如何?

5. 韓國因應工業4.0時代的未來發展藍圖為何？台韓兩國在工業4.0 相關領域合作的可行性如何?

6. 近年來，全球先進國家陸續發表人工智慧相關推動策略，請問韓國在人工智慧領域的重點發展方向為何？

7. 面對少子高齡化課題,韓國政府主要的因應對策為何？在提

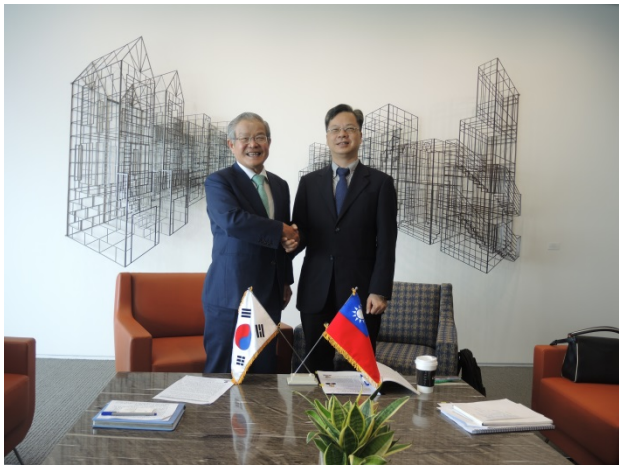
升勞動參與及生產力方面，有何具體作法？

8. 虛實整合風潮下,韓國如何推動關鍵技術活用於文化創意產業， 以創造人民有感的體驗經濟？

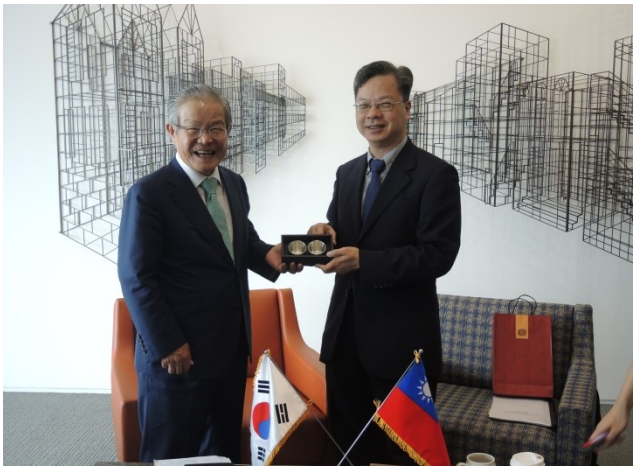
（五）會談摘要

1. 龔次長表示台韓均將拓展東協新興市場視為重要政策之一，相對於台商，韓商在東協市場布局較深，未來可探討台韓產業在新型態製造業及服務業合作的可行性。
2. 權副會長表示中國大陸為韓國第一大貿易夥伴國，韓方考量陸方由政府帶動研發及AI等科技發展，速度驚人，韓國在該領域之優勢恐將因而逐漸消失，且中國大陸因韓國部署美軍戰區高空飛彈防禦系統，對在中國大陸投資之韓國企業如現代汽車及樂天百貨等韓國企業進行抵制，韓國因而推動新南方政策。
3. 龔次長表示台韓面臨態勢非常類似，中國大陸過去在高科技領域透過複製相關IPR及技術，挖人才，併購及以市場換取技術等手段已獲得成效。目前美國針對「中國大陸製造2025」，已採取貿易措施限制中國大陸先進產品進口，且不允許中國大陸透過複製IPR及併購發展尖端科技。台灣積極推動5+2產業創新政策，已與先進國家進行相關合作計畫，包括與矽谷合作發展物聯網及AI，與美國波士頓、德國、日本等合作生技，及與德、日合作智慧機械等，國際大廠已重新進入臺灣。
4. 臺灣將就5+2產業創新所發展之技術及解決方案如太陽光電、智慧城市、AI及物聯網等，依新南向國家在生活及未來發展需要，與相關國家合作應用於當地國。新南向國家在科技、教育及專業能力等仍有待發展，臺灣將協助提升其專業能力及教育水準，目前我國已與印度、印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞及新加坡等新南向國已建立雙邊合作機制推動相關合作。

5. 權副會長另詢及本部與創意設計關係，龔次長表示以往臺灣產業發展著重於硬體技術及節省成本，未來大量一致性產品生產將運用中國大陸及東南亞生產基地，台灣產業將朝少量多樣化生產及創造價值發展，除增加產品功能性外，需強化設計能量以提升價值，韓國以往已做相關努力，雙方可相互學習。



▲龔次長與權信泰副會長



▲龔次長與權信泰副會長互贈禮物

▲團員與權信泰副會長交流討論

八、與韓國能源儲存系統產業振興會（KEIDA）座談

時間 6 月 27 日(三) 11:30-13:00

地址 Jinjinsura /首爾市鍾路區鐘路 5(Tower8 大樓)

(一)韓方與會人員：

1. Chang-Ho Choi, Chairman,會長
2. Mr.Seok-Yeul Yun, Director & Chairman of Global Business Committee
3. Mr.Suh, Ghang-sug, Director, Korea ESS Industry Development Association
4. Mr.JungHyo Bae, Executive Adviser, Korea Electric Research Institute
5. Mr.Goh young Moon, Vice president, Hanyang Co. Ltd

(二)單位介紹

韓國政府 2015 年將投入 1 兆 8,300 億韓元於電動車及能源儲存系統（Energy Storage System, ESS）等能源新產業領域，預計於 2017 年創造本土規模達 4 兆 6,000 億韓元規模的能源新產業市場、及 1 萬 4,000 個工作機會。韓國 ESS 產業振興會(KEIDA)主要的工作任務為：

1. ESS產業公共服務的採購改進建議
2. 推廣特定的中小企業競爭產品
3. 辦理ESS整合發展計畫調查與規劃
4. 開發消費者群體ESS的服務應用
5. 訂定「公共機構的ESS設置方針」(產業省能源部)
6. 協助貿易，工業和能源部等單位建立ESS諮詢小組運作
7. 韓國 ESS 產業振興會建議臺韓共同合作推動「能源儲存系統」(Energy Storage System, ESS)應用於能源需求管理。
8. ESS 技術已成熟應用於能源需求管理、電力系統穩定及電動車等領域，韓國政府現行推動之新能源事業政策亦包括 ESS

產業。

9. KEIDA 擬尋求下列台灣合作夥伴共同發展 ESS 產業：

(1)研發機構：與 KEIDA 合作研發在台灣或其他國家應用之 ESS。

(2)公協會：與 KEIDA 合作辦理研討會等推廣 ESS 相關業務。

(3)KEIDA 盼與駐韓國代表處持續合作推動台韓產業發展。

(三)會談摘要

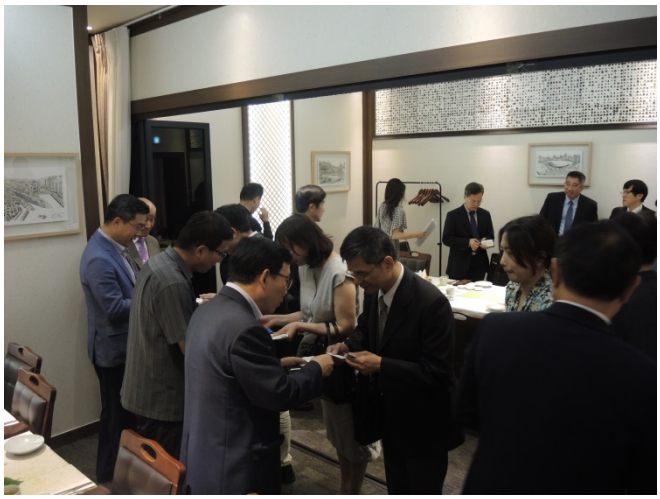
1. 龔次表示，根據彭博新能源財經(Bloomberg New Energy Finance)於2017年11月所提出的預測，全球能源儲存市場年規模將在 2016 到 2030 年之間擴大為 6 倍，產業界投注的資金將高達 1,030 億美元。台韓雙方於科技領域各有所長，面對能源儲存這個剛起步且規模龐大的市場，也許可以思考如何互補合作，以快速取得市場。

2. 崔會長昌鎬表示，韓國文在寅大統領自去年5月就職以來，全力發展新再生能源，該振興會為貫徹韓國政府訂定2025年以前達成再生能源占整體發電來源25%之政策目標，並悉我國儲能產業亦在起步初段，因韓方對儲能產品需求孔急，爰建議臺韓產業技術合作，以互助互利。

3. 龔次長亦說明我國雖尚未全力發展能源儲能裝置，但據悉我國廠商已與日本業者於2010年積極合作開發最先進之儲能電池產品，臺灣政府亦率先言定2025年再生能源占全體供電量能之25%之計畫，太陽能發電量已達17GW、離岸發電為5.5GW，為克服太陽能、水力及風力發電不確定之因素，我國正逐步研發儲能裝置，我國政策亦已規劃於2030年全面實施公車電動化，另2035年前完成摩托車電力化及2040年發展汽電共生汽車，臺灣產電池之效能已逐漸獲得提升，雖目前臺灣業者多採用日本PANASONIC公司生產之電池，但因電池素材的研發已見長足的發展，預計臺灣摩托車電池將可自給自

足，但公共汽車大型車輛所需之電池仍有待加強研發。龔次長研析電池可使用於多種之方案（solution），我國摩托車製造商gogoro更研發出抽換式電池，將可擴大開發印度3,000萬台之可觀市場。

4. 我國有信心在技術面亦可成為日本、韓國產業之基地，以提供我國研發之特許專利技術方式，與韓國企業合作，增加消費者對儲能裝置之信賴。



▲團員與 KEIDA 代表們交換名片

▲與 KEIDA 代表們交流討論

▲會後全體合影

5. 另駐韓代表處說明該振興院於首爾舉辦第42屆臺韓經濟聯席會議之簡報，並邀請韓國電力研究院擘劃臺韓能源合作願景，及該振興會於洽請我國工業技術研究院合作研發及洽簽合作備忘錄事，但未獲得具體進展，龔次長建議該振興會於臺韓經濟對話會議提請討論，將可與相關主管機關共同研議有效之可行方案。

九、首爾新活用廣場

時間 6 月 27 日(三) 14:30-16:00

地址 49, Jadongchasijang-gil, Seongdong-gu, Seoul

(一)韓方與會人員：

1. Mr. Day-young, YOON / Director, Seoul Upcycling Plaza Strategic Solution Division
2. Mr. Ju-Won, CHOI / Manager , Contents Planning Team
3. Mr. Kyung-Nam, KANG / Manager , Space Marketing Team

(二)單位介紹

首爾新活用廣場 (SUP)隸屬首爾設計基金會 (SDF)，由韓國首爾市政府提撥營運資金，年度投入 50 億韓元之預算，致力達成「首爾 2030 無廢料城市」願景：(Seoul Vision 2030 for a Zero \Yaste City) 之目標，該廣場以複合化空間展示循環經濟體系。

所謂「新活用(Up-cycling)」一詞，是指超越單純的回收利用，將回收的資源給予更多的設計，讓它重新誕生成為更有價值的產品。依據首爾 2030 無廢料城市願景(Seoul Vision 2030 for a Zero Waste City)，2017 年 9 月 5 日在首爾市城東區開放了韓國最大的新活用(Up-cycling)複合文化空間，作為循環經濟的展示、實際操作的載體。從材料捐贈、回收到加工、生產與販售產品，新活用產業的所有過程都在此一站式完成。建築物內、外部設計均可讓市民體驗到新活用文化。

- ■ 原料
  - ✓ 結合新活用上下游企業，重新開發廢棄原料應用
  - ✓ 原料(材質)資料庫
- ■ 展覽
  - ✓ 設計師特展
  - ✓ 推廣展
- ■ 教育
  - ✓ 講座、論壇、工作室、與教育機構合作

(三)參訪議程

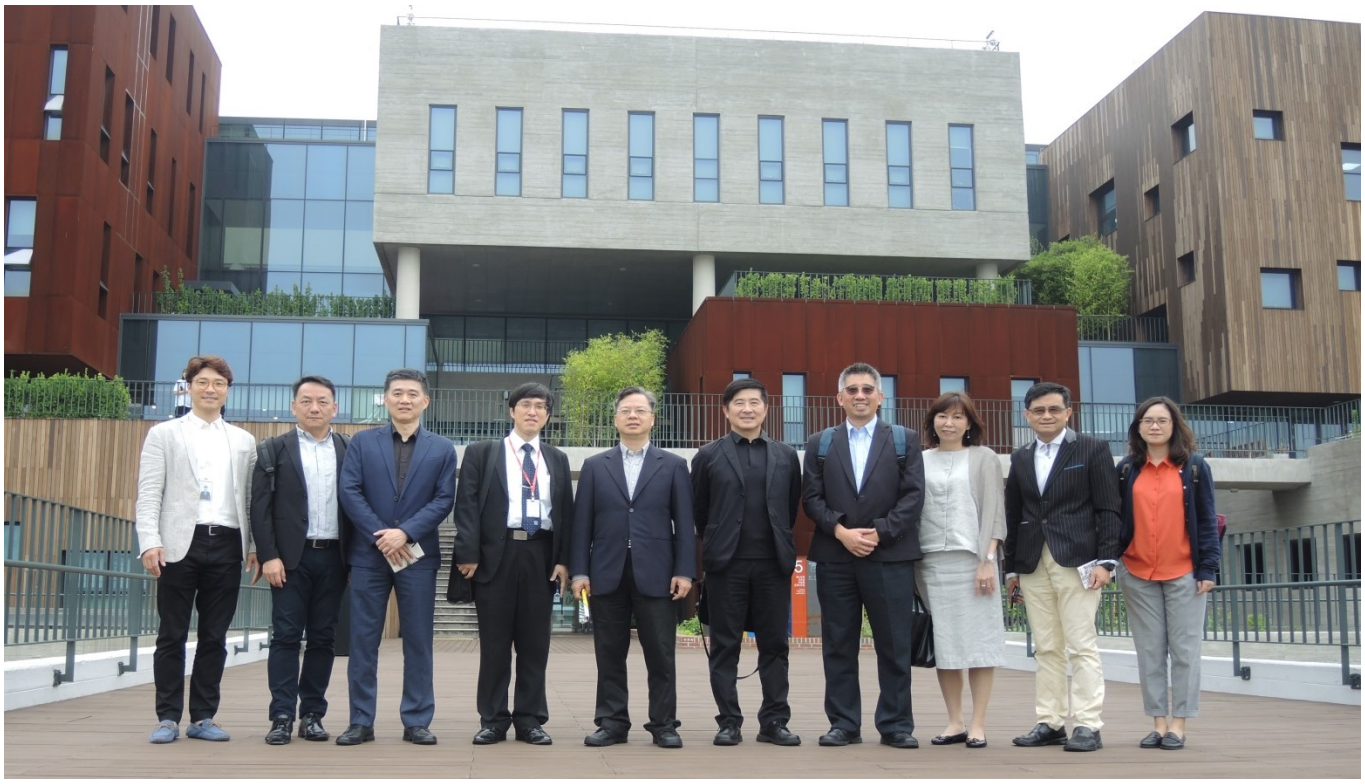
14:30-14:40	雙方出席成員介紹
14:40-15:10	簡報KIDP發展歷程及業務介紹
15:10-16:00	參觀首爾新活用廣場

(四)會談摘要

1. 是日由新活用廣場內容企劃組組長Choi Jiiwon等人負責導覽，並介紹甄選進駐之中小企業條件，並提供專家諮詢平臺及輔導產品商業化等一站式服務，該新活用廣場預定於2018年9月分別在首爾東大門設計廣場及該新活用廣場舉辦國際論壇及「新活用週」，協助企業拓展海外市場、提高知名度及促進產品商品化等，供我方參考。
2. 該廣場以複合式空間展示循環經濟體系，是韓國最大融合展示、教學、體驗和企業培育及硬體設施的回收推廣場館。該廣場已甄選32家中小企業進駐，未來將推廣回收利用產業在「新活用」的概念。
3. 導覽期間，新活用廣場職員介紹進駐企業使用回收材質之創作，並介紹回收材質博物館、回收材質分類展示館、企業作品及藝術品展示館。

▲ Day-young, YOON總監向團員簡報

▲參觀回收實驗工廠



▲會後全體合影

伍、心得與建議

一、心得

台韓兩國在全球價值鏈分工下，雙邊產業合作快速升溫，根據本部國際貿易局統計,2017 年台韓雙邊貿易額達 316.26 億美元,較 2016 年成長 15.3%，韓國是我國第 5 大貿易夥伴，僅次於大陸、美國、日本及香港，我國則為韓國第 7 大貿易夥伴。

依據韓國內容振興院之資料顯示，2017 年韓國內容產業的產值已和半導體產值相當，顯見未來台韓雙方在於設計產業與內容產業合作上仍有非常大合作空間。

本次韓國考察雖僅有 4 日行程，但對韓國設計產業與內容產業發展之用心有所體認，尤其從中央法令政策之支持，至軟硬體設備之投入資源，以及推動策略架構，由國內新創紮根、拓展海外市場、促成國際組織鏈結等一連串作為，有深刻體會，亦值得我國參考。

韓國政府對於設計產業與內容產業推動及發展，扮演極積極角色，以多元機制，成功幫助打造韓流風沛潮席捲世界。下列關鍵思維可供借鏡：

(一) 策略性選定重點，聚焦投資發展方向。

(二) 政府扮演產業推手，搭配專業法人機構，將中央與地方資源整合，透過輔助與行銷機制，加速產出，拓展海外。

(三) 實施長期設計研究，收集大量數據供業界使用，以政府力量縮短企業投入時間。

(四) 鼓勵產業進行內容創新，帶動新風格發展。

(五) 強化傳播媒體基礎建設及國際推廣頻率、內容強度，活絡文創商品流通，創造國際市場影響力。

此次參訪有幾個面向的收穫，其一在於藉由參訪交流，了解韓國運用設計加值產業、城市、國家發展的實際成果，不僅為往後籌備設計研究院有更進一步的認知及概念，對於設計研究院應涵蓋之業務範疇、內容及配套措施等更多認識；其二，在韓考察期間之體驗當中，可了解台灣流行文化與韓國係有互補與學習關係，深刻體認韓國在內

容產業之發展動機、創意來源及擴展面向。其三，透過與台商、韓國智庫及業者之會談與交流，對於韓國經濟發展情勢、現況及策略有更深入認識，對未來台韓兩國產業合作方向與政策規劃更有助益。

二、建議

（一）依據歐美日等先進國家之發展經驗，設計產業健全發展，係可為動國家經濟帶質實產業效益，而韓國透過產業資源部成立之「設計振興院」與文化體育觀光部成立之「內容振興院」，成為韓國文創產業發展之重要推手，更為韓國文創帶來新台幣 3.3 兆元的經濟效益，值得借鏡。

（二）文化部已規劃籌設「文化內容策進院」，預計 108 年完成設立，而本部亦規劃 109 年成立設計研究院，與韓國推動模式相似，應借重韓國經驗，朝各自專業發展，但仍可協同並進，共同紮根台灣文創產業發展，擴大海外推廣台灣文化，打造台灣特色品牌，並連結國際組織，爭取國際話語權。

（三）本部為推動設計發展發展，已於 2003 年成立台灣創意設計中心，在國際組織鏈結、國際展會辦理、國際獎賽推動、設計新秀培育、提倡設計美學與體驗等面向，已具初步成果，惟未來若該中心須提升至設計研究院層次，須於設計研究、產業驅動、地方創生、公共政策、國家智庫等不同面向再作強化。

（四）韓國文創產業發展之演進，從「文化」轉換「文化內容」，再萃取「內容」，發展為內容產業，更利用內容作為產業升級轉型之驅動力，而此轉換之過程，「設計」恰為轉化演譯之重要工具與手段，依據 WEF「全球競爭力報告」顯示，台灣經濟已由「效能驅動」進入「創新驅動」階段，台灣產業發展應藉重豐沛設計能量，打造下一世代的高經濟價值產業，在新產品、新應用、新服務、新商業模式，甚至新型態產業，不斷推進，提升競爭力。

（五）台灣與韓國在產業發展及供應鏈結構，長期雖相互競爭，但又彼此相互互補，韓國與台灣同處於中美複雜貿易局勢，又面臨大陸競爭壓力，韓國產業發展趨勢與因應作法，應長期觀察。

陸、檢附相關資料

附件一：韓國經貿發展介紹

(一)基本經貿資料

1. 人口：5,144萬人（2017）
2. 面積：9萬9,720平方公里
3. 國內生產毛額：1.53兆美元（2017）
4. 平均國民所得：29,745 美元（2017）
5. 經濟成長率：3.1%（2017）
6. 失業率：3.6%（2017）
7. 進口值(貨品）：4,784.8 億美元（2017 年，成長 %）
8. 出口值(貨品）：5,736.9 億美元（2017 年，成長 %）
9. 主要進口項目：(2017, GTA)石油原油、積體電路及微組件、專供製造半導體晶柱或晶圓、石油氣、煤、原油以外之石油等、電話機、乘用汽車、自動資料處理機、錳礦石及其精砂
10. 主要出口項目：(2017, GTA)積體電路及微組件、乘用汽車、原油以外之石油等、遊覽船、渡船、貨船等供載客或載貨之船舶、8701 至8705 機動車輛零配件、燈船、消防船、挖泥船等非以航行為主要任務之船舶、電話機、液晶顯示之顯示裝置、環烴、8525 至 8528 節之所屬器具之零件
11. 主要貿易夥伴：(2017)中國大陸、美國、日本、越南、香港、中華民國、德國、澳大利亞、沙烏地阿拉伯、新加坡
12. 主要出口市場：(2017)中國大陸、美國、越南、香港、日本、澳洲、印度、中華民國、新加坡、墨西哥
13. 主要進口來源：(2017)中國大陸、日本、美國、德國、沙烏地阿拉伯、澳大利亞、中華民國、越南、俄羅斯、卡達

(二)對外洽簽 FTA 概況

1. 已生效

(1) 韓國-智利：FTA 2004.4.1 生效

(2) 韓國-新加坡：FTA 2006.3.2 生效

(3) 韓國-歐洲自由貿易協會(4國)(EFTA)FTA:2006.9.1 生效

(4) 韓國-東協(10 國)(ASEAN) FTA：

(5) 貨品：2007.6.1生效

(6) 服務業：2009.5.1生效（與泰國之貨品及服務業協定於2010.1.1 生效）

(7) 投資：2009.9.1生效

(8) 韓國-印度CEPA：2010.1.1生效

(9) 韓國-歐盟(28 國)FTA：2011.7.1 暫行生效

(10) 韓國-秘魯FTA：2011.8.1生效

(11) 韓國-美國 FTA：2012.3.15 生效

(12) 韓國-土耳其 FTA：基本協定及貨貿協定，2013.5.1 生效；2015.2.26 簽署服務貿易及投資協定，尚未生效

(13) 韓國-澳洲 FTA：2014.12.12 生效。

(14) 韓國-加拿大 FTA： 2015.1.1 生效。

(15) 韓國-中國大陸 FTA：2015.12.20 生效。

(16) 韓國-紐西蘭 FTA：2015.12.20 生效。

(17) 韓國-越南 FTA：2015.12.20 生效。

(18) 韓國-哥倫比亞 FTA：2016.7.15 生效。

2. 已簽署但尚未生效

韓國-中美洲 6 國（瓜地馬拉、薩爾瓦多、宏都拉斯、多明尼加、哥斯大黎加、巴拿馬）FTA：2017.03.10 簽署

3. 談判中

(1) 陸日韓 FTA：2017.04.10~04.13 於東京舉行第 12 回合正式協商

(2) 區域全面經濟夥伴關係(RCEP)：2017.07.24~07.28 於印度舉行第 19 回合談判

(3) 韓國-厄瓜多 FTA：2016.11.07~11 於基多舉行第 5

回合談判

(4) 韓國-以色列 FTA：2016.12.11-15 於耶路撒冷舉行第 2次談判

(5) 韓國-南美共同市場（MERCOSUR）（阿根廷、巴西、巴拉圭、烏拉圭、委內瑞拉 5 國）貿易協定(TA)：2018年 5 月開始正式談判。

4. 談判停滯中

(1) 韓國-墨西哥 FTA：2008 年 6 月第 2 回合談判後停擺，2016 年 4 月朴槿惠訪墨後重啟談判。

(2) 韓國-海灣合作理事會（GCC） FTA：2009 年 7 月第 3

(3) 次回合談判

(4) 韓國-歐亞經濟聯盟(EAEU)(俄羅斯、白俄羅斯、哈薩克斯坦、吉爾吉斯斯坦、亞美尼亞)FTA：2016 年 8 月完成民間共同研究

(三)臺韓雙邊經貿關係

年(月)別	貿易總值		出口		進口		出入超	
	金額(百萬美元)	去年同期增減比%	金額(百萬美元)	去年同期增減比%	金額(百萬美元)	去年同期增減比%	金額(百萬美元)	去年同期增減比%
2006	22,154	15.89%	7,154	21.72%	15,000	13.30%	-7,845	6.57%
2007	22,952	3.60%	7,794	8.94%	15,158	1.06%	-7,364	-6.13%
2008	21,874	-4.70%	8,706	11.70%	13,168	-13.13%	-4,463	-39.40%
2009	17,809	-18.58%	7,303	-16.12%	10,507	-20.21%	-3,204	-28.20%
2010	26,740	50.15%	10,682	46.27%	16,059	52.84%	-5,377	67.81%
2011	30,239	13.08%	12,378	15.88%	17,860	11.22%	-5,482	1.95%
2012	26,916	-10.99%	11,842	-4.33%	15,073	-15.60%	-3,231	-41.07%
2013	27,846	3.46%	12,077	1.98%	15,768	4.61%	-3,691	14.23%
2014	27,475	-1.33%	12,685	5.03%	14,790	-6.20%	-2,104	-42.98%

2015	25,589	-6.86%	12,563	-0.97%	13,027	-11.92%	-464	-77.95%
2016	27,439	7.23%	12,788	1.80%	14,650	12.47%	-1,862	301.36%
2017	31,626	15.3%	14,732	15.21%	16,893	15.32%	-2,159	15.98%

(四)雙邊貿易概況

2015 年臺韓貿易總額 255 億 8, 929 萬美元(衰退 6.86%) 2016 年臺韓貿易總額 274 億 3,883 萬美元(成長 7.23%) 2017 年臺韓貿易總額 316 億 2,667 萬美元(成長 15.26%)	2017 年韓國為我第5 大貿易夥伴，占我總貿易額 5.486%
2015 年我出口至韓國 125 億 6,267 萬美元(衰退 0.97%) 2016 年我出口至韓國 127 億 8,838 萬美元(成長 1.80%) 2017 年我出口至韓國 147 億 3,269 萬美元(成長 15.21%)	2017 年韓國為我第 6 大出口國，占我總出口 4.644%
2015 年我自韓進口 130 億 2,661 萬美元(衰退 11.92%) 2016 年我自韓進口 146 億 5,045 萬美元(成長 12.47%) 2017 年我自韓進口 168 億 9,398 萬美元(成長 15.32%)	2017 年韓國為我第 4 大進口國，占我總進口 6.516%

我國主要出口 (HS Code 4 碼)	積體電路、石油及提自瀝青礦物之油類(原油除外)、主要用於無線電廣播或電視傳輸接受器具、監視器及投影器(第 8525 至 8528 節所屬器具之零件)、印刷電路、渦輪噴射引擎、螺旋槳推動用渦輪機及其他燃氣渦輪機
我國主要進口 (HS Code 4 碼)	積體電路、石油及提自瀝青礦物之油類(原油除外)、環烴、專供製造半導體晶柱或晶圓、半導體裝置、積體電路及平面顯示器之機器及器具、印刷電路

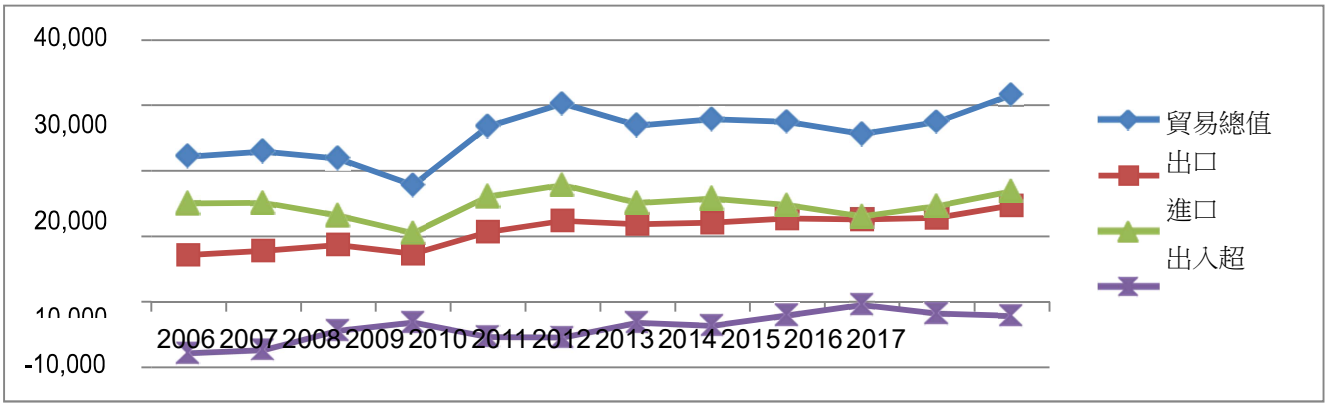
單位(百萬美元)

(五)雙邊投資概況

1. 我對南韓投資:根據我投審會統計,截至 2018 年 2 月,我商赴韓投資共223 件,累積投資金額 13.43 億美元。

2. 南韓對我投資:根據我投審會統計,截至 2018 年 2 月韓商來台投資共1,430,累積投資金額 11.99 億美元

(六)雙邊重要會議及協定



1. 重要民間會議

(1) 第 43 屆臺韓經濟聯席會議(我國經協會與韓國企業聯合會(FKI)舉辦):2018 年 5 月 10 日於韓國舉行。

(2) 第 22 屆 TAITRA-KOTRA 聯席會議:2017 年 7 月 4 日於韓國舉行。

2. 雙邊經貿協定

(3) 中韓海運協定(1983年9月19日)

(4) 中韓空中運輸協定(1986 年11月14日)

(5) 貨品暫准通關證協定(1990年11月,1991年7月簽署備忘錄)

(6) 臺韓雙邊航空協定(2004年9月1日)

(7) 臺韓電子產證跨境交換合作備忘錄(2008年11月21日)

(8) 臺韓飛航安全合作備忘錄(2009年8 月11日)

(9) 臺韓青年打工度假簽證瞭解備忘錄(2010年11月23

日）

(10) 臺韓專利審查高速公路備忘錄（2015 年6月15日）

(11) 臺韓有關工業財產資料交換及優先權文件電子交換備忘錄（2015年6月15日）

(12) 臺韓空運協定（2015年9月17日）

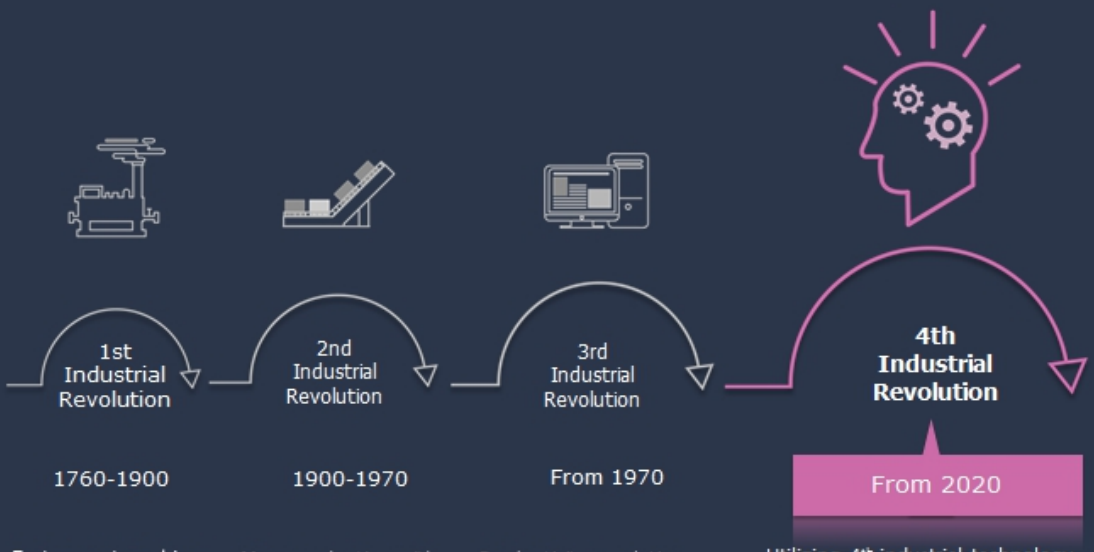
(13) 臺韓優質企業（AEO）相互認證協議（2015年12月22日簽署，2016年 10月 1日生效實施）

(14) 2016-2020 臺韓土壤及地下水保護合作瞭解備忘錄（首度2012年 8月 27日簽署，2016年 8月 30日續簽4 年期MOU）

附件二、KOCCA 簡報資料

Ⅰ. Why the Content Industry and Why Now?

The Fourth Industrial Revolution is here.



3

The content industry
is the driving force of Industry 4.0

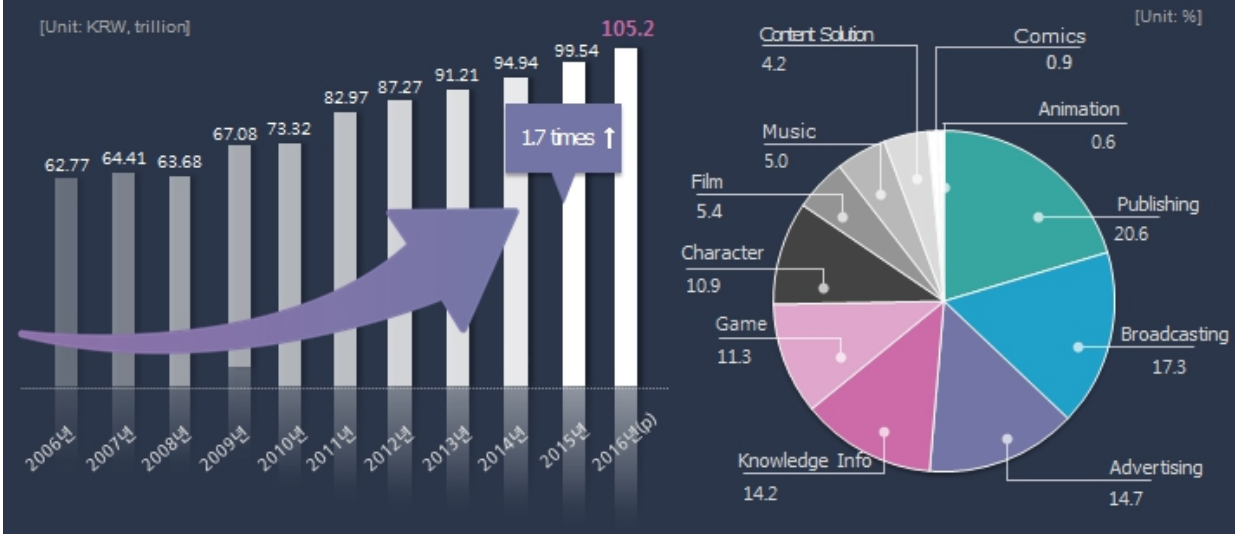
that creates jobs and promises unlimited possibilities for growth with ideas and creativity and fosters start-ups with only small amounts of investment.

4

Ⅱ. Profile of Korea's Content Industry

Character Licensing Fair 2017 @ Seoul, KOREA

1-1. Revenue Growth

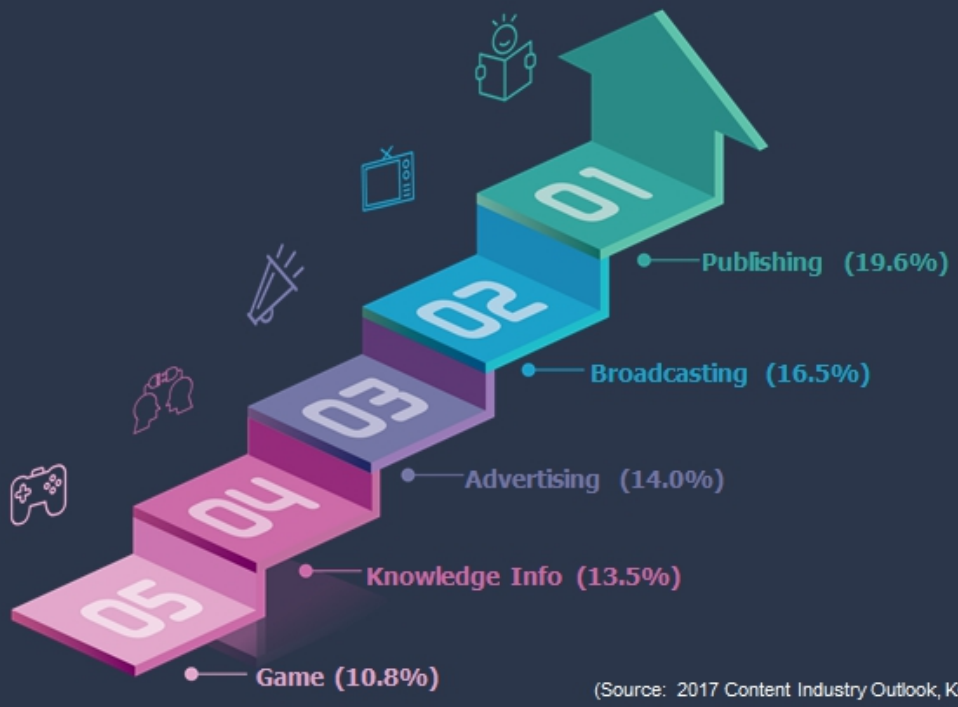


(Source: 2017 Content Industry Outlook, KOCCA)

Over the period of 2006-2016, Korea's content industry grew 1.7 times in revenue.

8

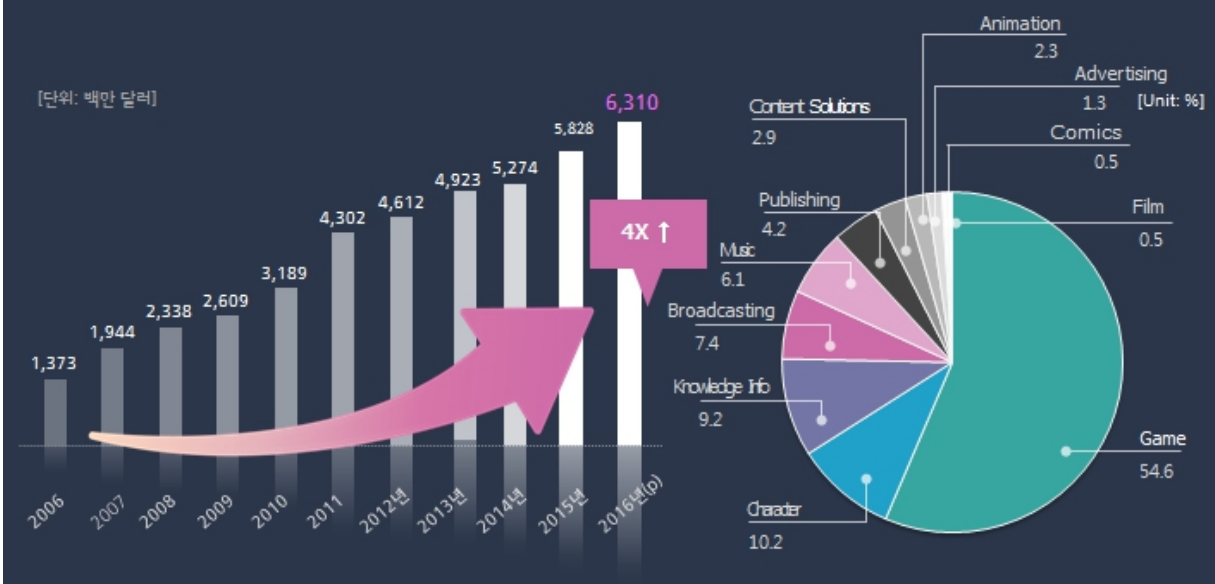
1.2. Revenue by Area



(Source: 2017 Content Industry Outlook, KOCCA)

9

2.1. Exports Growth

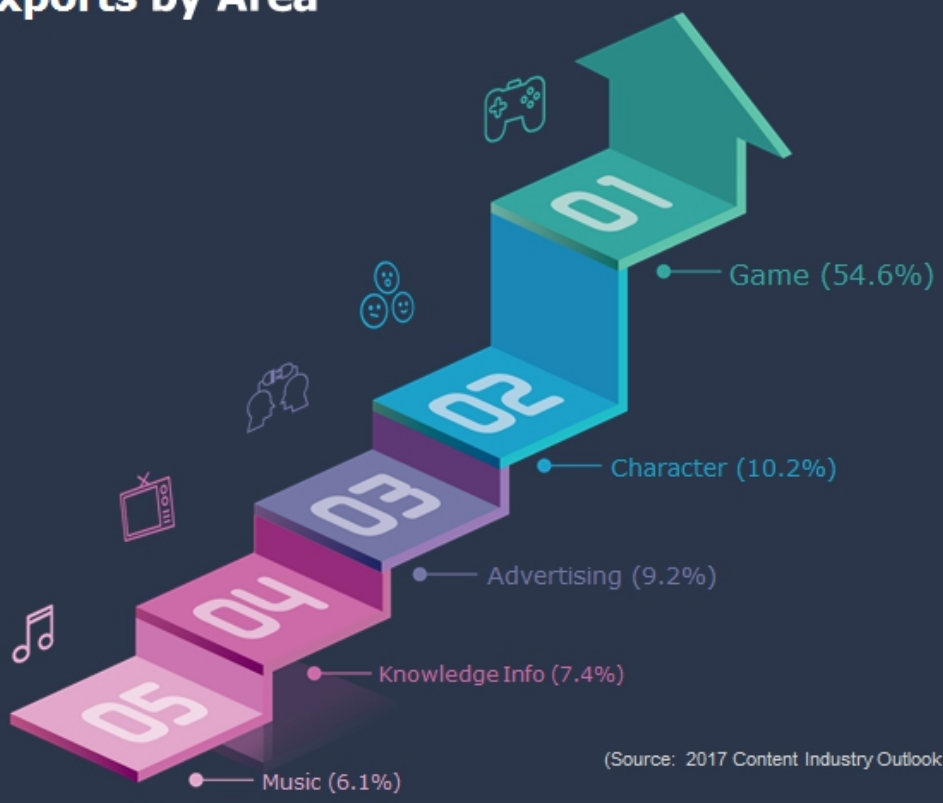


(Source: 2017 Content Industry Outlook, KOCCA)

During the same period, the industry's exports grew over 4 times.

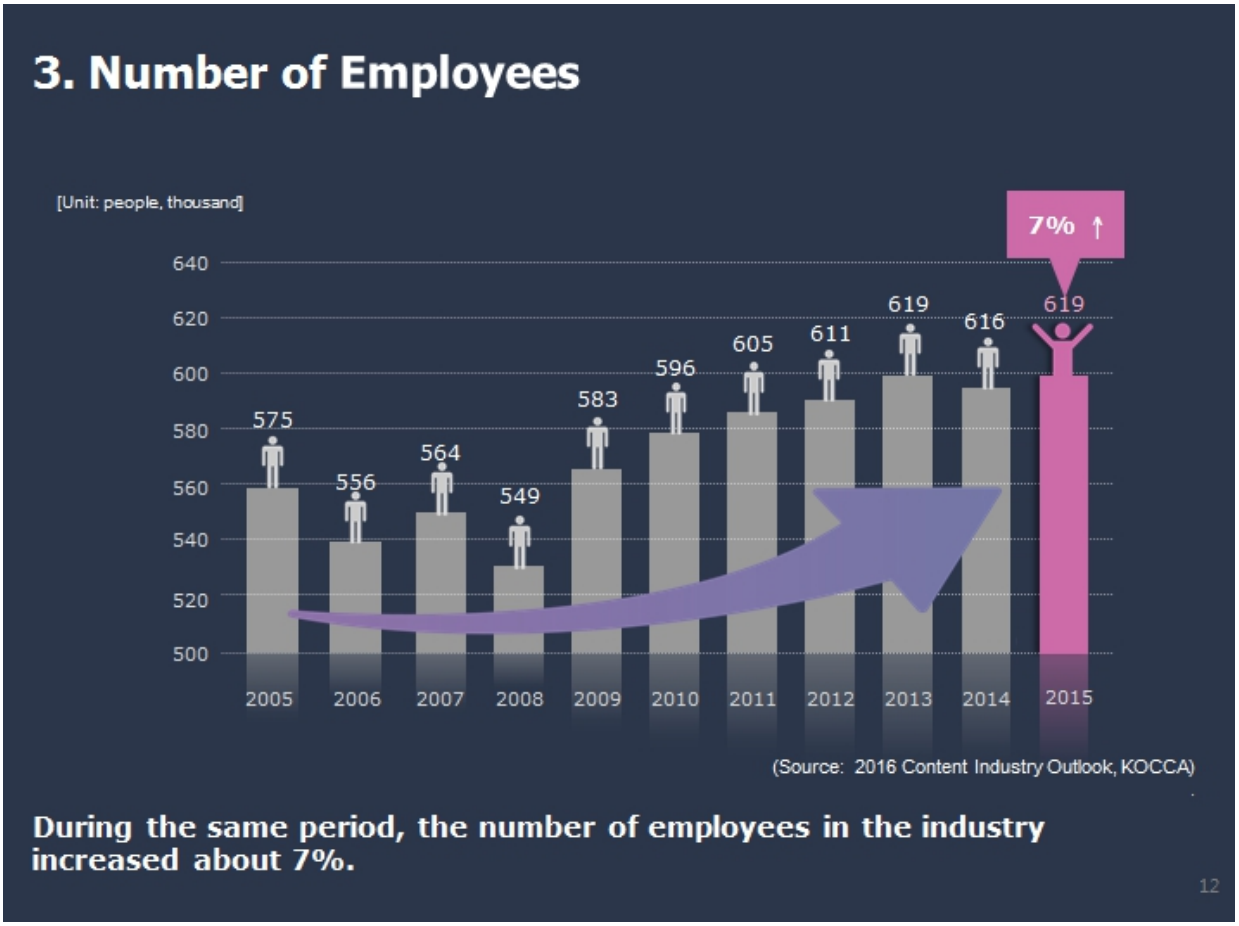
10

2.2. Exports by Area



(Source: 2017 Content Industry Outlook, KOCCA)

11


3. Number of Employees
[Unit: people, thousand]
7% ↑
640
620
600
580
560
540
520
500
575
556
564
549
583
596
605
611
619
616
619
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
(Source: 2016 Content Industry Outlook, KOCCA)
During the same period, the number of employees in the industry increased about 7%.
12

Ⅲ. About KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
KOCCA Headquarters @ Naju, Jeola

1. Who Are We?
Korean Broadcasting Institute
Korea Game Industry Agency
Korea Culture & Content Agency
Korea Content Center
Digital Content Business Group of Korea IT Industry Promotion Agency
kocca
한국콘텐츠진흥원
Korea Creative Content Agency (KOCCA) was founded in May 2009 to efficiently support the content industry by combining relevant organizations according to Article 31 of the Framework Act on the Promotion of Cultural Industries.
15

2. KOCCA's Mission & Goal
Misson
Realizing a people-centric content industry of fairness, coexistence, communication, and sympathy.
Vision
누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게
a content-enabled richer life for all
16

3. Strategic Goals

Lower

"an open and citizen-friendly agency" that takes a step closer to the public.

Deeper

"an agency specializing in content promotion" equipped with professionalism, efficiency, and fairness.
"

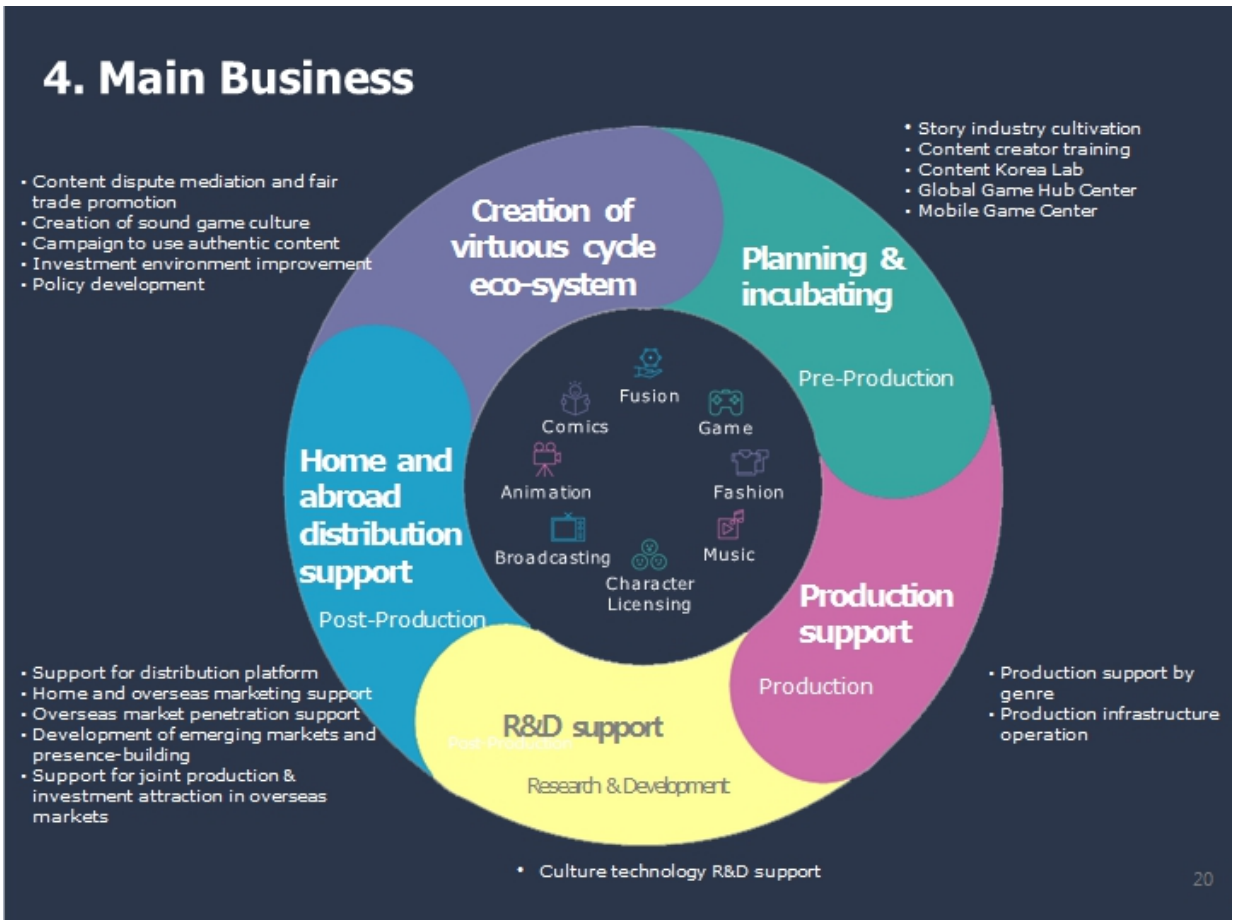
Wider

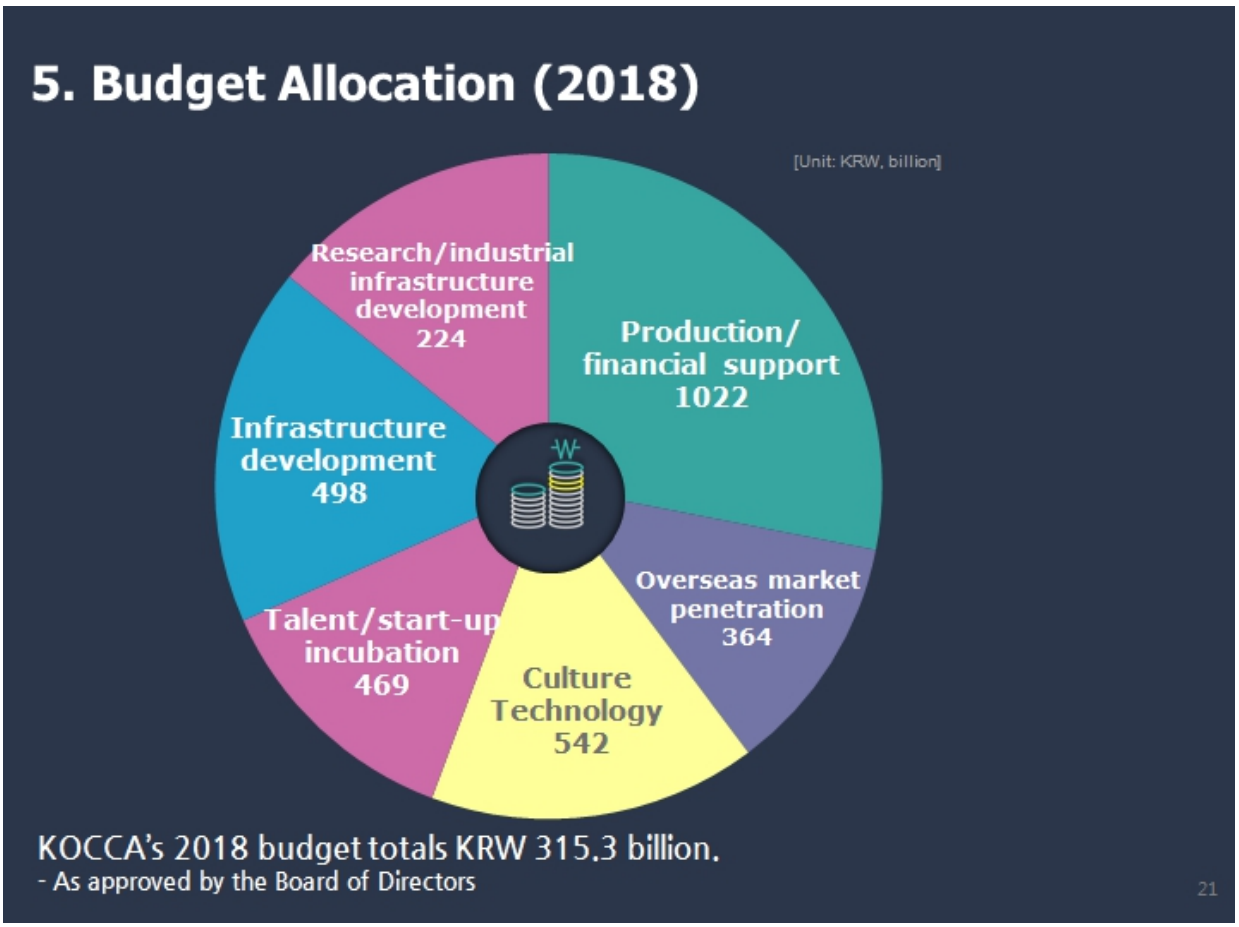
"a culture-centered agency" that leads the domestic and global markets.

13

3. Strategic Goals

13


4. Main Business
• Content dispute mediation and fair trade promotion
• Creation of sound game culture
• Campaign to use authentic content
• Investment environment improvement
• Policy development
Creation of virtuous cycle eco-system
• Story industry cultivation
• Content creator training
• Content Korea Lab
• Global Game Hub Center
• Mobile Game Center
Planning & incubating
Pre-Production
Fusion
Comics
Game
Animation
Fashion
Broadcasting
Music
Character Licensing
Home and abroad distribution support
Post-Production
Production support
Production
• Production support by genre
• Production infrastructure operation
• Support for distribution platform
• Home and overseas marketing support
• Overseas market penetration support
• Development of emerging markets and presence-building
• Support for joint production & investment attraction in overseas markets
R&D support
Research & Development
• Culture technology R&D support
20


5. Budget Allocation (2018)
[Unit: KRW, billion]
Research/industrial infrastructure development 224
Production/ financial support 1022
Infrastructure development 498
Overseas market penetration 364
Talent/start-up incubation 469
Culture Technology 542
KOCCA's 2018 budget totals KRW 315.3 billion.
- As approved by the Board of Directors
21

Ⅳ. Main Business of KOCCA

1. Production Support
2. Support for Overseas Expansion
3. Marketing & Investment Attraction Support
4. Culture Technology(CT) R&D Support
5. Creation & Start-up Support
6. Support for SMEs
7. Talent Fostering
8. Promotion of Local Content Industry
9. Creation of Virtuous Cycle Ecosystem
10. Policy Development & Research
11. Support for Industry Infrastructure

K- Pop Night Out @ SXSW 2017, USA

1. Production Support

Broadcasting
Documentaries, one-act plays, soap operas, web dramas, MCN, broadcasting formatting

Game
Online/mobile, hands-on arcades, functionality, VR & AR fusion game

Music
Recruiting of K-Rookies(rising musicians), production of excellent project music, concert support

Comics
Discovering of new cartoonists, support for serial publication, comic book publication, comic magazines, and comic platforms

Character Licensing
New character development, character merchandising, related content production

Animation
Short films, pilots, TV series, feature film animation

Fashion
Support for prototype production and joint marketing of designer b rands, and fostering of creative br ands

Next-generatio n content
Support for development and production of VR content, and fusion creative projects to enhance the global competitiveness of the Korean content industry

23

2. Support for Overseas Expansion

① **One-stop support through overseas business centers for overseas activities**
- 6 offices in London, LA, Beijing, Simcheon, Tokyo & Jakarta
- Dispatched marketers to Sao Paulo and Abu Dhabi

② **Presence in Korea Pavilions in major overseas markets**
- MIPTV (broadcasting), Frankfurt Book Fair (comics), LIMA (characters), Gamescom (game), SXSW (music, fusion)

③ **Support for developing emerging markets**
- Develop new markets to promote, exchange, and cooperate for K-content
- Participate in local market promotion, hold road shows and showcases

④ **Customized support for overseas expansion**
- 1:1 business consulting, localization support (translating, dubbing, subtitling), overseas application support

※ KOCCA overseas offices

24

3. Marketing & Investment Attraction Support

1) Hosting of international events

Game

ITS GAME
Every June
Exports exhibition of Korean contents by inviting influential buyers from the global game industry

Broadcasting

Broadcast Worldwide(BCWW)
Every August
Global content conventionfor broadcast programstha thighlights global media trends and promotes broad cast content in overseas markets

Investment Attraction

Knock
Every June
IR event to attract investment with marketing of Korean content

Music

MU:CON
Every September
Global music businessconventionthat focuses on prom otingextensive genres of K-pop to overseas markets w ith music specialists from home and abroad present o ffering business opportunities

Character & Licensing

Character & Licensing Fair
Every July
Largest content licensing fair in Asia with some 300 local and foreign character and licensing companies

CT

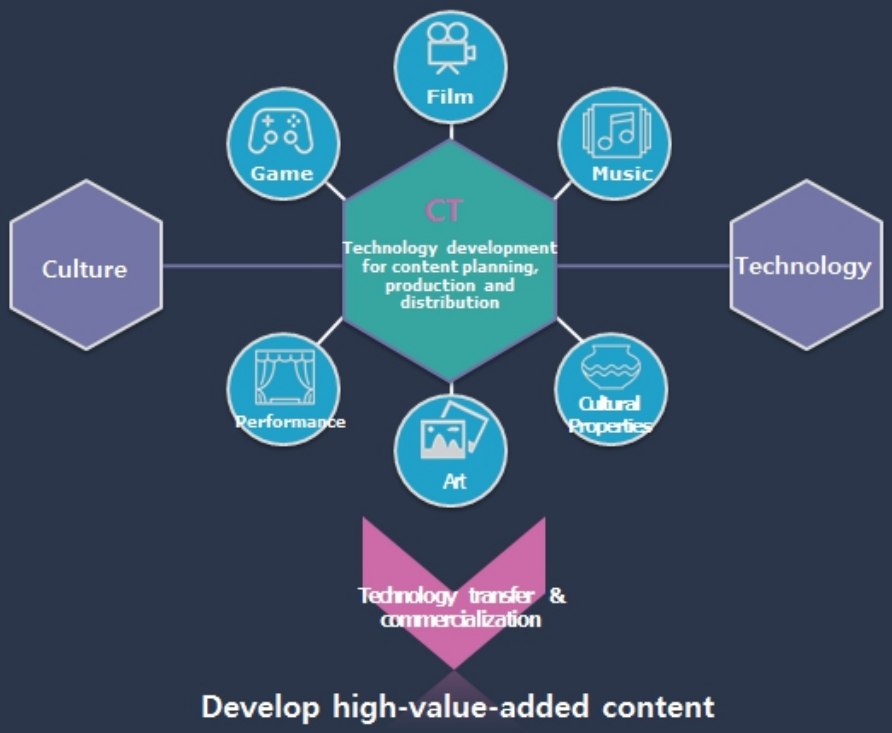
NCC(Next Content Conference)
-Every November
International forum that sheds light on cutting-edge CT trends used in creating and supplying content an d offers anoverview of the global market

2) Operation of the content value assessment center & financial investment support

- Offer content assessment and investment attraction services for promising contents
- Loan and investment support at home and abroad, financial consultation

25

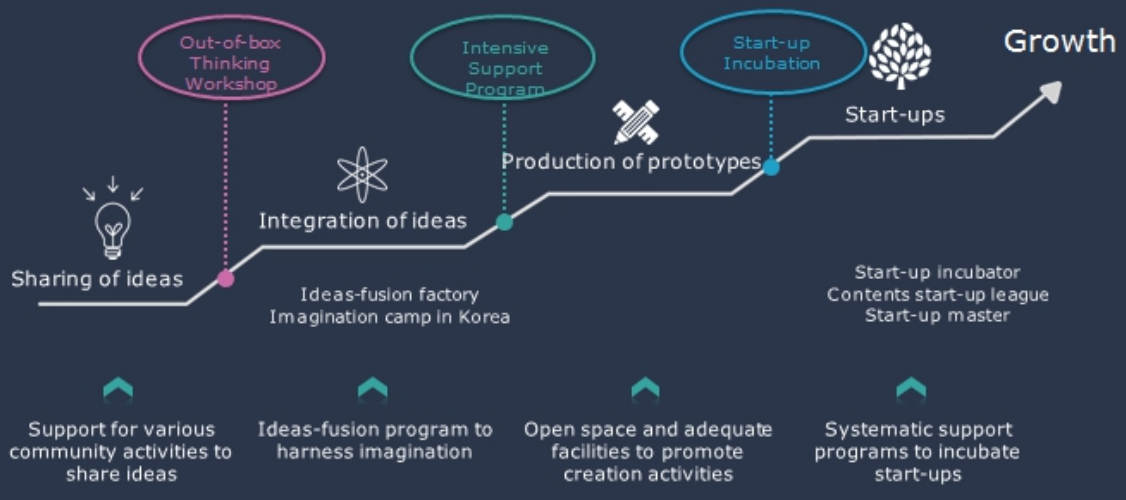
4. Culture Technology (CT) R&D Support



5. Creation and Start-up Support: Content Korea Lab (CKL)

콘텐츠코리아랩
CONTENT KOREA LAB

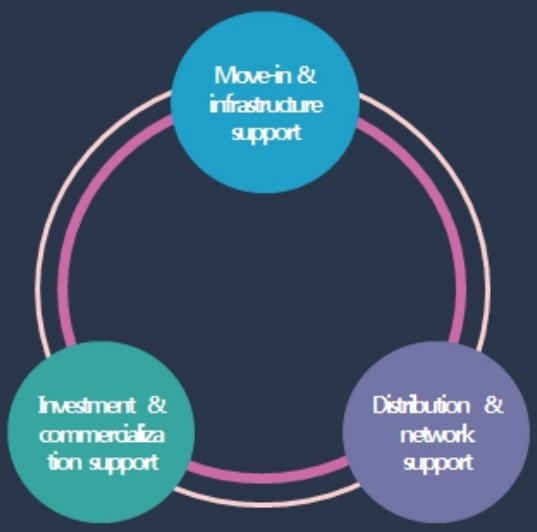
A platform that supports the entire process from mentoring to networking, funding, and marketing to blend any ideas with imaginationand develop them into creationsstart-ups



27

6. Support for SMEs

Offer diverse incubating facilities to give SMEs a smooth start and help them grow in the local and global markets



Global Game Hub Center/Mobile Game Center

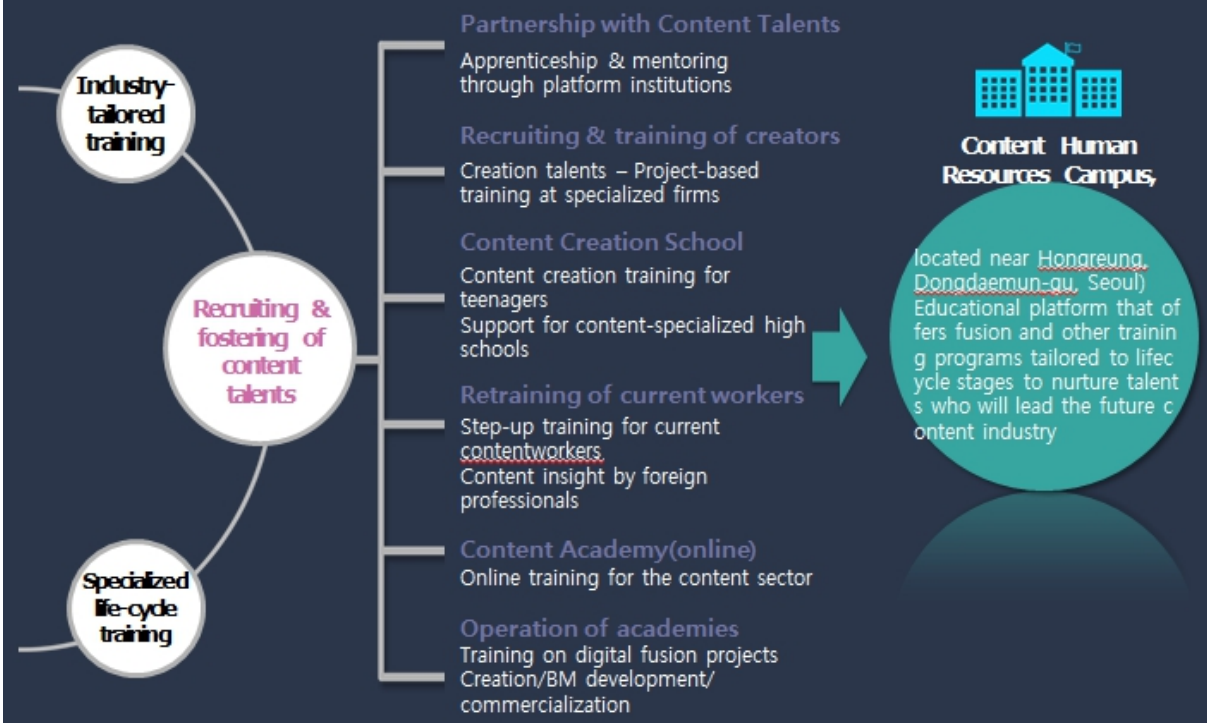
- Game incubating facilities (June 2009)
- Located in Pangyo, Seongnam, Gyeonggi
- Home to 57 game firms

CKL Biz Support Center

- Incubate fusion content businesses(Dec. 2015)
- **Located in Korea Tourism Organization, Seoul Center**
- Home to 42 content firms

28

7. Talent Fostering



29

8. Promotion of Local Content Industry

Cultivate the local content industry to promote the local economy and the balanced development of the industry

31

9. Creation of Virtuous Cycle Ecosystem

Content Dispute Mediation Committee	Mediate content-related disputes to promote a fair and transparent content transaction environment
Fair coperation team	Our Business: Establishing and operating the Center for Content Fairness and Win-Win
Use Licensed Character Campaign	Implement True Friend Campaign toencourage consumers to use licensed characters only, thereby eradicating the copycat market
Sound Game Culture Campaign	Promote a sound game culture with education and enhance the positive social recognition of games

32

10. Policy Development & Research

- Conducting research on the mega-trend of the content industry
- Establishing mid-to-long-term plans for the overall content industry and by genre
- Analysis and statistical research of industry trends
- White paper publication by genre (broadcasting, game, comics, animation, character, music)
- Issue analysis of the global content industry and the publication of a report
- Forums or seminars on issues or policies of the content industry

33

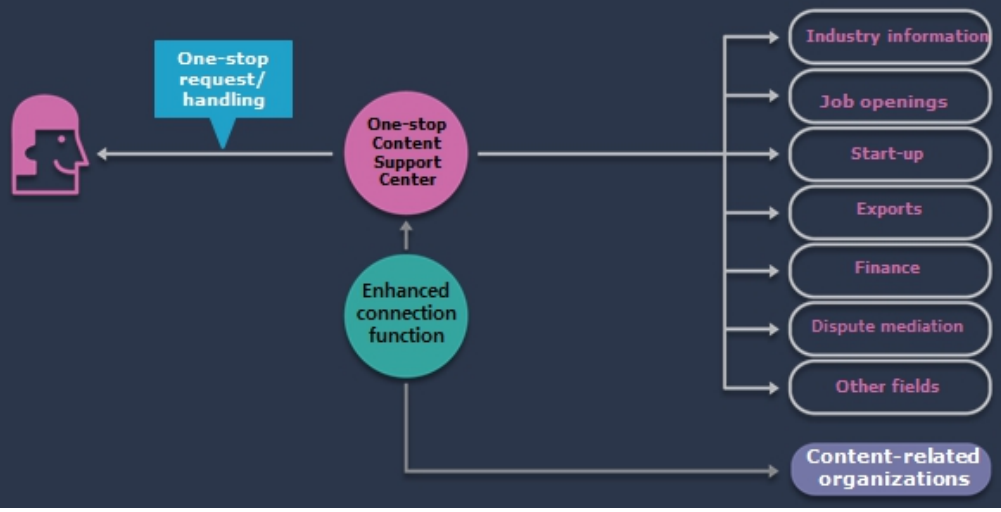
11. Support for Industry Infrastructure

Production Support Facilities

- Operate a one-stop complex facility and infrastructure(Bitmaru, Ilsan)
- Operate a broadcast studio(Sangam DMS)
- The largest studio facility is under construction(Studio Cube, Daejon)

One-stop Service

- Operate the "One-stop Content Support Center" to handle complaints and offer consulting service to content businesses



34

V. Major Achievements of KOCCA

STORY

Descendants of The Sun
2011 Korea Story Contest winner
2016 most popular K-drama

Doctors
2016 Broadcast Content Production Support
Aired on SBS (Jun.–Aug. 2016)

GAME

Blade
2013 Next Generation Game Content Production Support
Mobile game (released in Apr. 2014)-over KRW 130 billion in accumulated revenue

Crusaders Quest
Housed in the Mobile Game Center
Mobile game (released in Dec. 2014), over 18 million downloads

CHARACTER

Larva
2012-2014 Character Development Project Support

MUSIC

Hitchhiker
2015 SXSW K-Pop Overseas Showcase 2016 Fusion Cooperation Project

CT Culture Technology

Hologram Technology
2015 Excellent Content Complex Culture Space Technology
Opened K-Pop Hologram Pavilion in Sentosa, Singapore

누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게

Kocca
한국콘텐츠진흥원

Thank you!

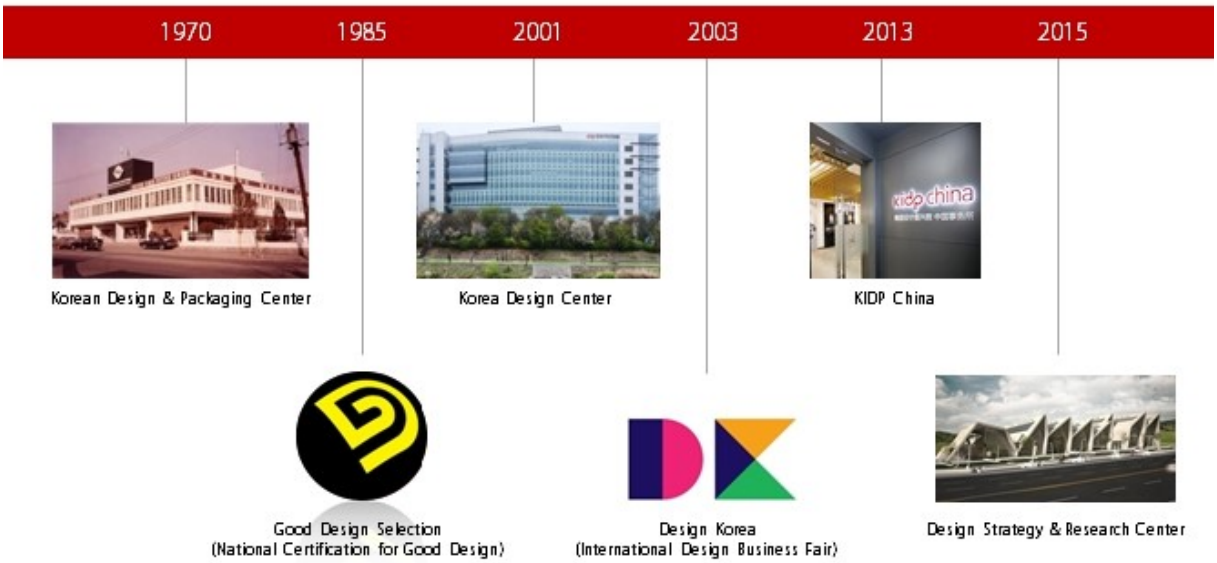
附件三、KIDP 簡報資料

Korea Institute of Design Promotion

kidp
Korea Institute of Design Promotion

A non-profit organization, affiliated with the Ministry of Trade, Industry and Energy that aims to strengthen the competitiveness of Korean industry and improve the quality of people's lives through promoting a better use of design

Brief History



Organizational Structure of KIDP

4 Departments / 16 Divisions

Design Strategy and R&D Department
- Design R&D, National Design Policy Development

Marketing Department
- Consumer goods Marketing, SMEs Support, Exhibitions

Promotion Department
- Education, Service design, New business creation

Management and Planning Department
- Planning & Budget, Evaluation, HR & Administration

2 Overseas Office (China, Vietnam)

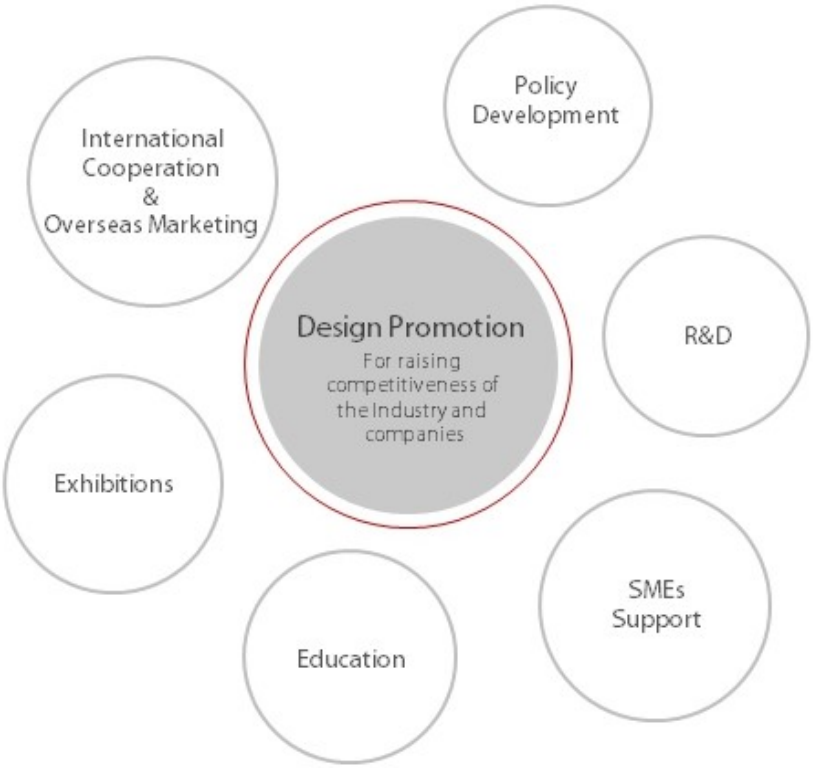
1 Research Center

Around 120 staff members

Korea Design Center Seongnam
KIDP China Beijing
SMEs Design Support Center
Daejeon
Design Strategy & Research Center
Yangsan
Exports Support Center Yiwu

DUC - THINH
2017 Cooperation Cases of Korea-ASEAN Countries
+ Vietnam – Korea Design Cooperation Center

Major Roles & Functions

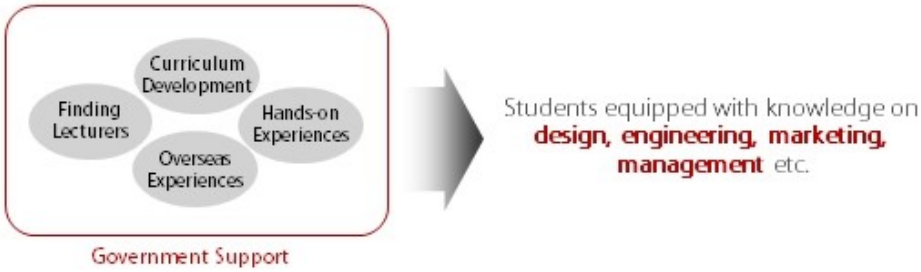


Conducting National Design Policies & Strategies

- Developing national design policies with the Ministry of Trade, Industry and Energy
- Providing various design statistics
- Hosting design conferences, forums and seminars

Providing Design Education

- Developing and implementing bespoke design education programs
  - CEOs, professional designers, SMEs, manufacturing companies
- Supporting multi-disciplinary design education courses



Supporting Design Firms & SMEs

- Raising competitiveness and readiness for exports
  - Support for improvement of products, packaging, and other graphic materials
- Operating business incubators
  - For start-ups and soon-to-be entrepreneurs
- Providing free design consultations

Design Awards, Competitions & Exhibitions

- Korea Design Exhibition
  - Established in 1966, one of the most prestigious national design awards
- Design Competition for Youth
  - Developing young design talents
- Korea Design Award
  - Companies, local governments, and individuals with contribution to design industry
- Good Design Selection (Since 1985)
  - National certification for quality design products
  - Mutual cooperation with iF(Germany), Red Star(China), Good Design Australia

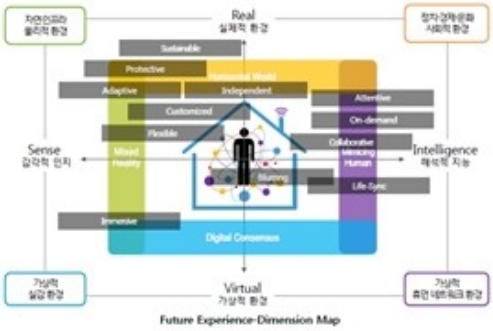
Design Awards, Competitions & Exhibitions

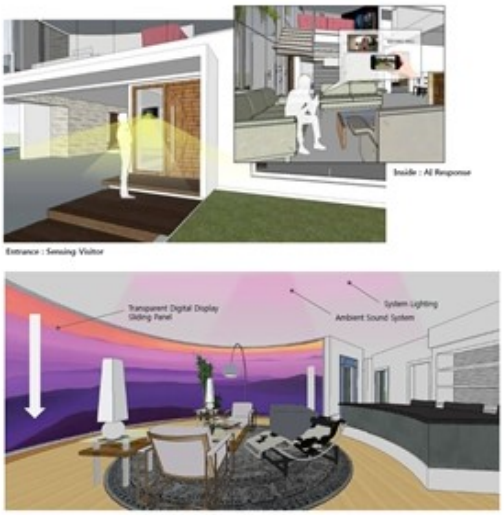
- Design Korea
  - The biggest international design festival in Korea
  - Brings together exhibitions, conferences, workshops, and competitions
  - 60,000 visitors, 350 buyers, 2,000 business meetings (2016)

  * Design Korea 2017: November 8 - 12

Design R&D

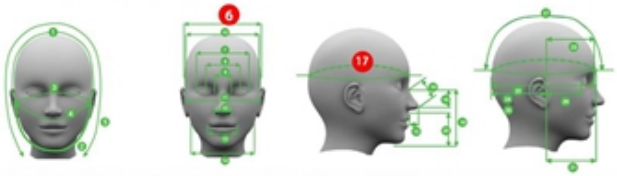
- Industry 4.0: Smart Home
  - IoT (Internet of Things) & Connected environment

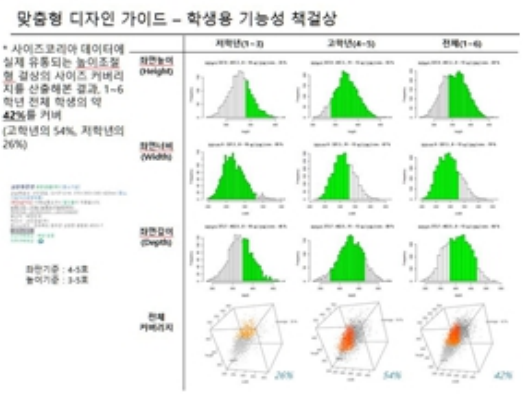




Design R&D

- Size Korea
  - Creating a database of standard body measurements of Koreans





Design R&D

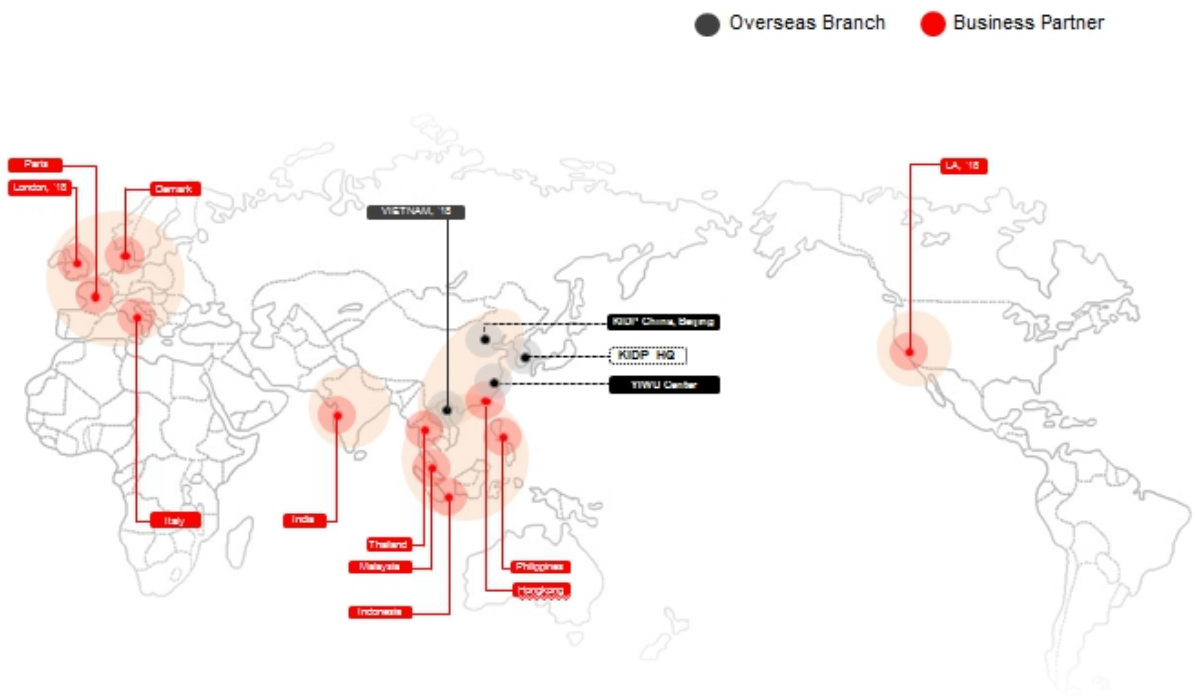
- Service Design
  - Government 3.0 Design Group : Citizens participating in policy-making processes

Overseas Marketing

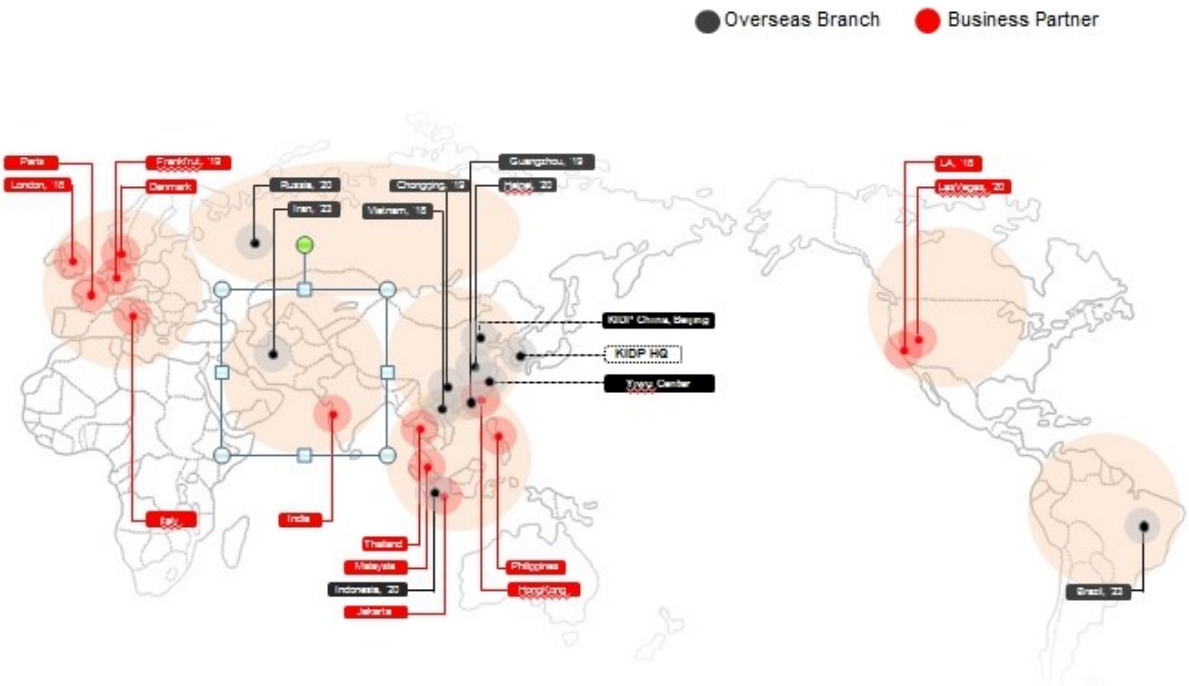
- Korean Pavilion
  - National pavilion at international design exhibitions
- Popup Store
  - Temporary stores in major cities around the world for promoting Korean design products
- Fostering Premium Design Goods
  - Selecting and enhancing 100 design products especially for international markets

International Cooperation

KIDP Global Vision 2018



KIDP Global Vision 2020



Thank you

kidp
Korea Institute of Design Promotion

Self Introduction

- 2007-2011 Undergraduate Student, Department of Architecture and Design, Faculty of Engineering, Nagoya Institute of Technology.
- 2011-2013 Master Course Student, Department of Urban Management, Graduate School of Engineering, Kyoto University.
- 2013- Present Ph.D. Candidate, Department of Urban Management, Graduate School of Engineering, Kyoto University.

2

Contents

- Self Introduction
- 3 cases of Korean Urban Planning Project
  - Seamangeum land reclamation project
  - Chonggyechoen Restoration Project
  - Buk chon Hanok Village
  - Dongdaemum Design plaza
- My message to you

3

Saemangeum
land reclamation project

- Estuarine **tidal flat** on the coast of the Yellow Sea in South Korea (Wikipedia)
- Project Implementation Period:1991-2020(total 30 years), planning started in 1970's
  - 1991-2009 Constructing the seawall (33.9km)
  - 2009-2020 Constructing the land
- An area of about 400 km² (roughly two-thirds the size of Seoul)

4

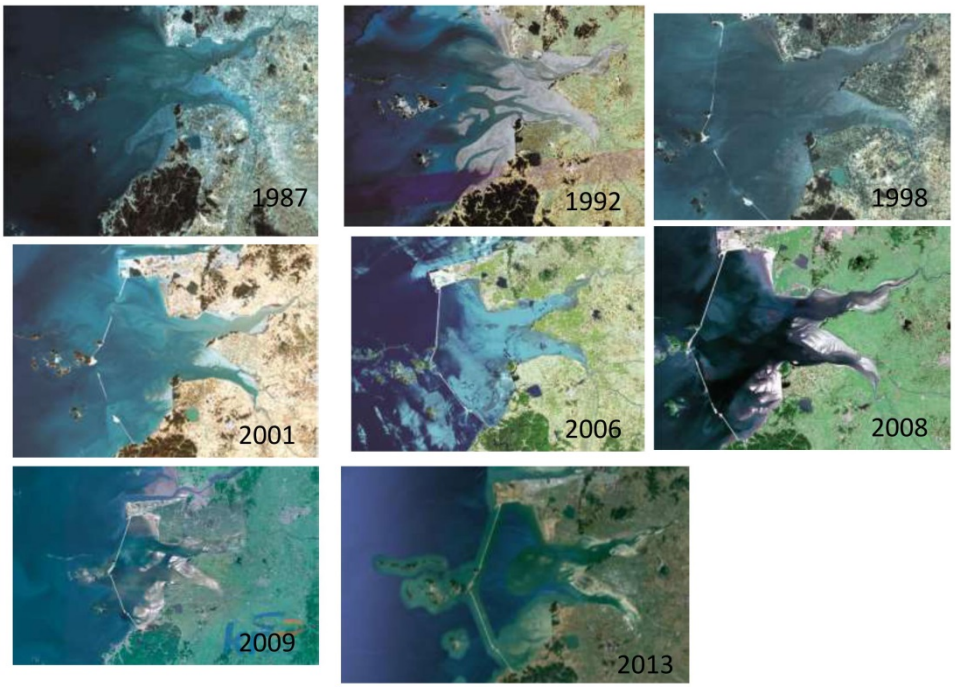
Saemangeum
land reclamation project

5

Saemangeum
Planning

6

Saemangeum



7

Cheonggyecheon *Restoration Project* (Cheonggye River)

- Cheonggyecheon is an 8.4 km (5.2 miles) long, modern public recreation space in downtown Seoul
- Project Implementation Period: 2003-2005 (2 years)

9

Cheonggyecheon *Restoration Project* (Cheonggye River)

10

Cheonggyecheon *Restoration Project* (Cheonggye River)

After the Project Before the Project

Covering over rivers of downtown area was completed in 1970's

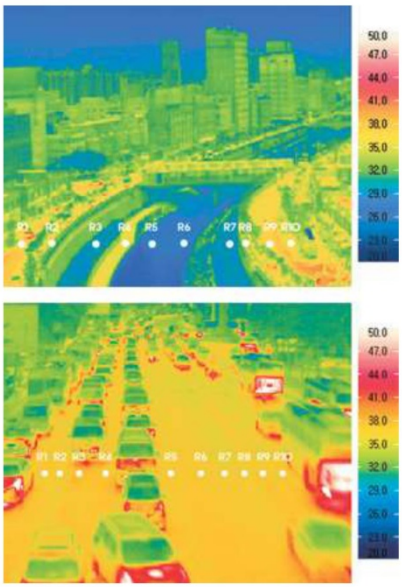
11

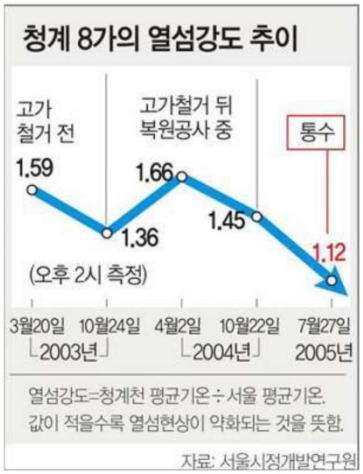
Cheonggyecheon *Restoration Project* (Cheonggye River)

12

Cheonggyecheon *Restoration Project*

Mitigation of heat island Phenomenon
(Relaxation of city center's temperature)





13

Cheonggyecheon *Restoration Project*
(Cheonggye River)

Because the Cheonggyecheon was restored as artificial river, supplying the water to cheonggyecheon needs 33000kWh electricity for everyday.

14

Bukchon Hanok Village (Korean Traditional Village)

- Korean traditional village with a long history located in north part of Seoul
- Project Implementation Period: 2001-2006

15

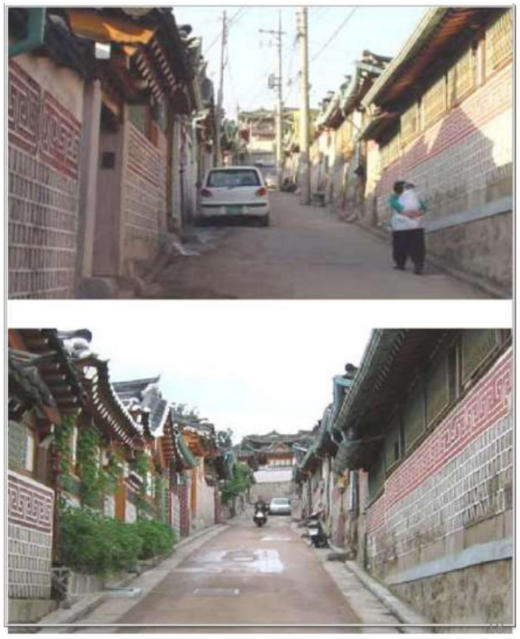
Bukchon Hanok Village (Korean Traditional Village)

16

Bukchon Hanok Village
(Korean Traditional Village)

17

Bukchon Hanok Village
(Korean Traditional Village)



Bukchon Hanok Village (Korean Traditional Village)

- Problem
  - Residence had to move out from the village because of the growing Land price.
  - Need to improve the legislative system

19

Dongdaemun Design Plaza (DDP)

- Seoul city planed this project to make a public place for citizen
- Total project cost 48.4 billion yen
- 85,000㎡- The world biggiest irregular shape architecture.
- Open 21 March 2014

DDP
photo by Seoul Design Foundation

Designed by Architect, Zaha hadid

20

Dongdaemun Design Plaza (DDP)

DDP
photo by Seoul Design Foundation

Program of the DDP

Conference hall
Concert hall
Art hall

Museum
Exhibition

Shops

Park

21

Fashion Industry
in Dongdaemun Area

DDP
photo by Seoul Design Foundation

22

Dongdaemun Design Plaza (DDP)

23

History of Dongdaemun area

1926-1945

1945-1984

Athletic field
One of the famous place for National Sports Festival

1984-2003

Athletic field for University or high-school league

2003-2007

Place for clothes market not for athletic field

24

photo by Seoul Design Foundation

Antiquities of Joseon Dynasty period

-

▸발굴 현장의 유구 전경 ▸발굴 현장의 서울성곽 전경

25

My message to you

- **Do Challenging** whenever you have chance
  (even though it seems not related to your major, study, or future, it always turns out it is the treasure that you want to find in your life)
  - Making international friends
  - Travel foreign countries (alone)
  - Learn foreign language

26

附件五、拜訪對象名片

駐韓國台北代表部

秘書 簡 嘉 宏
서기관 간 가 굉

首爾市 鍾路區 世宗大路 149番地
光化門大廈 6 樓 (03186)

電話: (02) 732-3188
傳眞: (02) 734-7304
手機: 010-8740-2789

駐韓國台北代表部
經濟組

一等秘書 林 陳 洲
일등서기관 임 진 주

首爾市 鍾路區 世宗大路 149
光化門大廈 6 樓 (03186)
E-mail: cclin@moea.gov.tw

電話: (02) 399-2756
傳眞: (02) 732-9874

駐韓國台北代表部

組長 呂 鴻 起
참사관 뒤 홍 치

首爾市 鍾路區 世宗大路 149
光化門大廈 6 樓 (03186)

電話: (02) 399-3187
傳眞: (02) 734-7304
手機: 010-4066-5188

駐韓國台北代表部
經濟組

商務秘書 邱 玉 錦
서기관 추 유 진

首爾市 鍾路區 世宗大路 149
光化門大廈 6 樓 (03186)
E-mail: yjchiou@moea.gov.tw

電話: (02) 399-2757
傳眞: (02) 732-9874

駐韓國台北代表部
經濟組

Kocca
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
한국콘텐츠진흥원

이경은
Lee, Kyoung Eun

기업인재양성본부 기업육성팀 I 팀장
Business·Human Resources Promotion Division
Business Acceleration Team I Team Director

T 02.6441.3030 F 02.6441.3620 M 010.9727.7087
E lke0801@kocca.kr www.kocca.kr

국민의 나라 정의로운 대한민국

Kocca
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
한국콘텐츠진흥원

Kim Yung Duk 金泳德
Vice President & COO

T +82.61.900.9300 F +82.61.900.6105
M +82.10.9463.4939 E kimyd@kocca.kr www.kocca.kr

Kocca
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
한국콘텐츠진흥원

김정욱 Kim Jung Uck
기업인재양성본부 / 본부장
Business·Human Resources Promotion Division
General Director

T 02 6441 3010 F 02 6441 3620 M 010 5000 9198 E junguck@kocca.kr

Kocca
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
한국콘텐츠진흥원

전우영
Jeon, Woo Young

대외협력실 I 부장
External Relations & Communications
Senior Manager

T 061.900.6391 F 061.900.6015 M 010.8847.3930
E wyjeon@kocca.kr www.kocca.kr

Kocca
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
한국콘텐츠진흥원

권오태
Kwon, Oh Tae

대외협력실 I 실장
External Relations & Communications
Office Director

T 061.900.6390 F 061.900.6015 M 010.9142.7585
E kot@kocca.kr www.kocca.kr

陳 國 龍
館長
Paul Kuo-Lung Chen
Director

TAITRA

首爾台灣貿易中心
Taiwan Trade Center, Seoul
04533, Room 1202, 12F, Seoul Center B/D,
116 Sogongno, Jung-Gu, Seoul, Korea
TEL : 82-2-3789-8722 FAX : 82-2-3789-8779
E-mail : paulchen@taitra.org.tw
http://www.taiwantrade.com.tw
www.facebook.com/taitraseoul

EVA AIR

지점장 何 國 瑋
허 궈 웨

에바항공한국지사김포공항지점
서울특별시 강서구 하늘길 38 167(방화동, 김포공항국제청사)
Tel: (02)2666-8855 Fax: (02)2666-7464
robertho@evaair.com
www.evaair.com

EVERGREEN GROUP

A STAR ALLIANCE MEMBER

BestechCom
Best Technology & Community
Glopay BestechCom

會長
丘 翰 承

서울市 九老區 九老洞 212-8
大路 Post Tower 1次 1306, 1307 號
(우)152-790
Phone 02·847·1900
Mobile 010·6246·8809
Fax 02·847·1540
shtrade@yahoo.co.kr
www.ebestech.com

이진영
한국지사 대표

Lextar

隆達電子韓國分公司
경기도 수원시 영통구 광교로
156 광교비즈니스센터 906 호
Tel: +82-31-8064-1021 Ext: 2980
Fax: +82-31-8064-1025
Mobile: 010-2725-8092
Adan.Lee@Lextar.com
Lextar.com

ddp Seoul Design Alliance

SUP 서울새활용플라자
SEOUL UPCYCLING PLAZA

최 주 원 Choi Juwon
콘텐츠기획팀 / 팀장
Contents Planning Team
Team Manager

T. 02 2153 0420
F. 02 2153 0455
M. 010 5114 5066
fashion@seouldesign.or.kr
04807 서울시 성동구 자동차시장길 49

FKI

嚴 致 成
常務
國際協力室長

전국경제인연합회 The Voice of Business
07320, 서울특별시 영등포구 여의대로 24 전경련회관 47층
T 02-3771-0347 F 02-6234-5252 M 010-2233-0700
E ecs@fki.or.kr www.fki.or.kr

Seoul Design Foundation

Kyung Ran Choi
CEO

T. +82 2 2096 0001
F. +82 2 2096 0030
M. +82 10 8748 1812
ran@seouldesign.or.kr
283 Yulgok-ro, Jongno-gu, Seoul, 03098, Korea

KIM Taewan Ph.D
Design Strategy and R&D Department / Future Advanced Design PD
Chief Researcher / PD

kidp
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION
Korea Design Center, 322, Yanghyunro Bundang-gu, Seongnam-si,
Gyeonggi-do, 13496, Republic of Korea http://www.kidp.or.kr

Seoul Design 서울디자인재단

김 용 미 Mei KIM (金容徠)
국제협력팀 / 선임
International Relations Team
Project Coordinator

T. +82 2 2096 0079
F. +82 2 2096 0155
M. +82 10 4118 1956
mei@seouldesign.or.kr
03098 서울특별시 종로구 율곡로 283

金 允 集 国际总部 总部长
KIM Yunjib Executive Managing Director /
Global Business Department

韩国京畿道城南市盆唐区阳岘路322号
韩国设计中心 韩国设计振兴院
T +82 (0)31 780 2009 F +82 (0)31 780 2120 M +82 (0)10 9019 1417
E songsam@kidp.or.kr http://www.kidp.or.kr

윤 주 현 Juhyun Eune | 원장 | President / CEO

13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터 한국디자인진흥원
T +82 (0)31 780 2000/1 M +82 (0)10 5232 4192 E jheune@kidp.or.kr
http://www.kidp.or.kr