

115 至 119 年度社會發展中程個案計畫
——「海外華語文學習深耕計畫」

(核定本)

僑務委員會

114 年 9 月

目次

壹、計畫緣起.....	1
貳、計畫目標.....	1
參、現行相關政策及方案之檢討	3
一、現行計畫概要說明	3
二、現行計畫之執行成效與檢討	6
肆、執行策略及方法	15
一、主要工作項目	15
二、績效指標、衡量標準及目標值	20
三、分期（年）執行策略	21
四、執行步驟（方法）與分工	27
伍、期程與資源需求	30
一、計畫期程	30
二、經費來源及計算基準	30
三、經費需求（含分年經費）及與中程歲出概算額度配 合情形	30
陸、預期效果及影響	34
柒、附則.....	37
一、風險管理(計畫方案推動之風險評估).....	37
二、相關機關配合事項	39

壹、計畫緣起

僑務委員會（下稱本會）自 111 年起至 114 年結合美國及歐洲地區僑教體系優勢，推動第 1 期「海外華語文學習深耕計畫」，以臺灣華語文學習中心、主流中小學、國內教育機構及智能教育產業合作計畫等三大面向，推動師資培訓、教材供應、數位學習資源、文化活動等四項核心重點工作，期在相關地區累計輔導成立百所臺灣華語文學習中心堅實據點，向當地母語非華語之成人人士分享具臺灣特色之華語文學習，以及運用長期協輔僑教師資能量，鼓勵臺裔教師進入主流中小學任教，並整體提升臺裔師資專業能力，同時鼓勵海外青年透過參與文化活動認識及瞭解臺灣，兼能結合臺灣華語文相關學界及產業界資源共同推廣行銷臺灣，復以近年臺灣在文化與經貿產業上的亮眼表現，上開計畫各相關執行策略亦逐步獲致階段型成果。

值此「華語」持續在全球關鍵語言扮演重要地位，歷經全球疫情考驗，以及臺灣位居現階段全球產業驅動核心之際，臺灣貢獻國際社會重要性持續提升，我海外華語文推廣政策資源允宜結合當前國際環境優勢持續投入，並在以上階段之成果基礎上檢討策進，務實思考下一階段之進階布局與轉型，以臺灣為品牌，推動文化分享與語言學習雙軌之國際交流，俾賡續樹立鞏固臺灣華語文國際地位，並向國際社會擴大分享具臺灣特色之華語文教學與學習品牌優質內涵。

貳、計畫目標

為能擴大布局現階段推展海外華語文學習深耕計畫之地區，並回應各界對於臺灣華語文學習之期待，本計畫以臺灣為品牌、以創新思維為驅力，透過語言與文化之交流，在第 1 期計畫所穩健奠定之基礎上，新階段計畫即將迎來整體成效攀升之進程，俾加強拓增國際社會對於臺灣

自由民主價值之認識與友誼。

當前本會以擴大輸出臺灣文化軟實力之策略持續布局海外，除升級北美地區華僑文教服務中心（下稱僑教中心）文化推廣量能外，並規劃串聯臺灣華語文學習中心據點，以協輔美國與歐洲地區設置逾百所臺灣華語文學習中心經驗，全新開展加拿大、澳洲及紐西蘭等國作為新階段計畫起始亮點。

在臺灣華語文學習中心部分，以強化營運品質及落實績效評鑑為導向，打造每年至少協輔維運90所臺灣華語文學習中心之規模，並擴大整體政策行銷俾提升品牌關注度；在僑教中心部分，將連結優質文化導覽豐沛資源、優秀僑青人才專業共同宣傳臺灣的熱情；以及結合各地區臺灣商會優勢人脈，輔以延續強化相關地區主流文教體系教師人才連結，同時跨域廣結海內外華語文相關產官學各界網絡，以多面向策略量能共同執行 115 年至 119 年第 2 期「海外華語文學習深耕計畫」。

本計畫內容包括臺灣華語文學習中心學員、僑教中心文化導覽志工、華語文教學師資、海外青年等對象之培訓、研習、邀訪及交流等相關多元活動；並強化各項教學與文化推廣之規劃與執行均不涉及性別偏見，將透過駐外單位蒐整臺灣華語文學習中心學員性別比例資料，進行性別分析，建置性別統計機制，持續關注相關人員性別均衡，達致任一性別不少於三分之一之目標，同時推動在教學過程中注意使用教材內容及語詞文句之性別尊重，適時於相關教學活動融入性別平權意識元素，並於未來開發對外華語教材進階冊導入性別敏感度審查機制，邀請具性平專業之專家學者檢視教材內容是否具性別包容性，促進性平意識、排除性別偏見與刻板印象，藉以宣傳我國重視性別平權之進步形象。

參、現行相關政策及方案之檢討

一、現行計畫概要說明

111 至 114 年度「海外華語文學習深耕計畫」主要工作項目以「三面向」、「四核心」為架構，說明如下：

(一)三面向：臺灣華語文學習中心、主流中小學、國內教育機構及智能教育產業合作計畫。

1. 臺灣華語文學習中心

協導歐美地區僑校（團）成立臺灣華語文學習中心，開辦母語非華語之主流成年人士學習具臺灣特色之華語及文化課程。本會提供自編成人華語教材，並以虛實並進方式辦理各類線上認證課程、來臺之研習參訪團和高峰座談會，以及海外在地研討會等，促進臺灣華語文學習中心之管理人員及教師橫向交流與學習，培力校長及主任經營管理與招生行銷技能，助益臺灣華語文學習中心深耕主流建立合作機制，開拓穩定生源建立自我商營模式；另以本會教材為核心，培訓教師成人華語教學知能，以臺灣華語文學習中心為據點，在海外推廣臺灣品牌之華語文教學；而為進一步強化學員與臺灣本土及文化之連結，鼓勵學員參與各項來臺青年活動及僑教中心舉辦之臺灣文化導覽等。

2. 主流中小學

加強聯繫目前已在主流中小學任教之臺裔教師，增加與我國產官學界之互動交流，並提供師資培訓、語言或文化輔助教材教具等，實質協助渠等提高教學效益並增加在校影響力，同時鼓勵渠等帶領學生與臺灣進行實體或虛擬之語言及文化體驗交流，從青年開始奠基對臺灣之認識與交流情誼，亦鼓勵美國地區臺灣僑民進修教育學分取得當地教師執照，進入當地主流教育體系任教。

3. 國內教育機構及智能教育產業合作計畫

包括編修及研發成人華語文教材及數位輔材；鼓勵臺裔教師帶領學生組團來臺參加本會各類語言及文化營隊；結合國內智能教育產業舉辦全球華語口說比賽、歌唱大賽等各類華語文競賽，並協助國內教育機構與海外僑校合辦華語文數位課程等，俾運用臺灣數位科技擴展海外華語文教育市場。

(二) 四核心：師資培訓、教材供應、數位學習資源、文化活動。

1. 師資培訓

(1) 開辦實體及線上雙軌師資培訓及研習課程，強化臺灣華語文學習中心及主流中小學教師教學專業知能

A. 線上師資培訓及主題講座：辦理「臺灣華語文學習中心師資認證培訓專班」，協助臺灣華語文學習中心教師熟悉及運用本會《來！學華語》教材；舉辦分別針對成人及兒少等不同目標對象之華語教學主題線上講座，以及深化教師臺灣文化素養之線上培訓課程。各課程均委託國內專業師資開設，俾利海外教師進修與研習。

B. 實體來臺參訪及海外在地研習：在國內辦理「臺灣華語文學習中心教師及經營管理人員來臺參訪團」、「臺灣華語文學習中心語言及文化工作坊」、「歐美地區主流中小學臺裔教師來臺邀訪團」，以及在歐美當地辦理「臺灣華語文學習中心研討會」等，協助強化教師及經管人員專業知能，同時加強渠等橫向聯繫交流。

(2) 補助及獎勵美國地區華語文教師進修教育學分計畫

為協助美國地區僑校教師修習主流教育學

分，進而取得執照進入主流學校任教，本會訂定計畫鼓勵在美臺灣僑民取得教師執照進入主流學校任教，並給予學習補助獎勵。

2. 教材供應

研發對外華語教材《來！學華語》

以外語教學概念，並依據國家教育研究院整合華語教學專業人士研發之「臺灣華語文能力基準（TBCL）」語詞分級第一級至第二級，開發《來！學華語》第一冊至第四冊，該教材適合海外各行各業成人華語文能力零起點人士學習華語，併同步製作電子書等相關數位輔材，亦可搭配我教育部華語文能力測驗（TOCFL）標準進行教學，學習者可銜接參加各級華測。

3. 數位學習資源

(1) 海外數位華語文推廣計畫

因應智能產業發展，同時為推廣數位華語教學，本會「全球華文網」提供豐富多樣之數位華語教學資源，特訂定本計畫俾與國內華語文教育機構合作，以線上教學方式辦理多項數位師資培訓課程，引介並培力海外教師靈活運用本會豐富之數位教學資源。

(2) 補助僑校與國內大學及教育機構數位線上教學合作

加強國內大學院校與海外僑校及臺灣華語文學習中心之連結，紓解海外華語文師資不足問題，並提供國內華語文系所學生實習管道，建立國內大學及教育機構與海外僑校合作夥伴關係，課程內容包括：僑校學生華語教學、僑校華語教師培訓及文化推廣等。

(3) 多元智能教育競賽活動

結合學界及產業界資源共同推廣我國華語智

能教育，辦理相關文教競賽活動，如運用「MyCT 口說學習系統」製作《學華語向前走》及《來！學華語》口說練習課程、辦理「全球華語口說爭霸賽」，以及藉助 AI 歌唱評分系統辦理「全球僑校學生暨僑生歌唱大賽」等。

4. 文化活動

(1) 臺灣華語文學習中心臺灣文化導覽及文化推廣活動計畫

鼓勵臺灣華語文學習中心學員及主流學校師生參與海外各僑教中心主辦之各項臺灣文化導覽及文化推廣活動，藉以促進主流人士對我國文化之認識及瞭解，將海外華語文學習延伸至主流學校及當地社區。

(2) 邀請主流青年來臺或參加線上青年活動

鼓勵海外僑青及歐美地區臺灣華語文學習中心學員及於主流學校任教臺裔教師推薦學生來臺參加海外青年英語服務營、語文研習班、青年觀摩團，或邀請主流青年學生與國內學子建立國際數位學伴交流，親自體驗臺灣多元文化。

(3) 輔助海外僑校（團）、臺灣華語文學習中心及於主流學校任教之現職臺裔教師辦理來臺研習華語文或臺灣文化活動

為提供海外華裔青年來臺學習華語文及臺灣多元文化管道，特訂計畫鼓勵海外僑校（團）、臺灣華語文學習中心及於主流學校任教之現職臺裔教師自行籌組學生來臺之交流研習團，可與臺灣各級學校、華語文教學中心合辦，或參加華語文或文化研習、參訪或遊學交流活動等，強化與臺灣之連結。

二、現行計畫之執行成效與檢討

(一)執行績效

1.成立臺灣華語文學習中心

本會於 110 年試辦本計畫，輔助歐美地區僑校（團）設立臺灣華語文學習中心，自 111 年正式啟動後，每年持續輔導設置臺灣華語文學習中心，至 114 年當年維持設置 88 所（美國 68 所、歐洲地區 20 所），累計輔導 101 所次，逾原訂計畫期間累計輔導百所參與計畫之目標。透過輔導各地臺灣華語文學習中心開設華語及文化課程，提供歐美地區母語非華語之成人人士學習華語及認識臺灣之優質途徑。有關 110 年至 114 年成立臺灣華語文學習中心所數、分布國家、開辦班數及學生人次，詳如下表：

年度	國家	中心數	開辦班數	學生人次
110	4 國 美國、英國、法國、德國	18	36	317
111	8 國 美國、英國、法國、德國、奧地利、愛爾蘭、匈牙利、瑞典	43	221	1,802
112	10 國 美國、英國、法國、德國、奧地利、愛爾蘭、匈牙利、瑞典、捷克、比利時	66	372	2,912
113	14 國 美國、英國、法國、德國、奧地利、愛爾蘭、匈牙利、瑞典、捷克、比利時、荷蘭、波蘭、西班牙、義大利	84	537	4,498
114	13 國 美國、英國、法國、德國、奧地利、匈牙利、瑞典、捷克、比利時、荷蘭、波蘭、西班牙、義大利	88	截至 114 年 1 月各臺灣華語文學習中心新年度招生中	

2. 有效聯繫歐美地區主流中小學臺裔教師

自 111 年計畫正式啟動後，本會所屬各駐外人員即透過僑務網絡強化聯繫各轄區於主流中小學任教之臺裔教師，包括邀請參與研習活動、提供教材教具服務、籌組交流聯誼活動等多元形式，目前有 437 人與本會保持聯繫。111 年至 113 年期間，本會共邀請 105 位於歐美地區主流學校任教之臺裔教師返國參訪與研習，強化與我國產、官、學界的互動交流合作，渠等並推薦逾 200 位學生來臺參加語文研習、青年志願服務或文化訪問等活動；鑒於渠等具備熟悉華語及英語之專業教學背景，本會特邀請 8 位美國主流學校臺裔教師於臺北酷課雲平臺開設共 14 門線上同步英語課程，培訓國內計 415 位學童。此外，為協助渠等提升教學效能並適時推廣臺灣，本會亦提供包括語言學習教材、華測學習教材、民俗文化用品、臺灣特色童書繪本及文宣品等累計 59,717 份，深獲好評。以上措施已確實達到加強與歐美地區主流中小學臺裔教師聯繫，促使渠等發揮影響力之效，未來將持續推動。

3. 開辦實體及線上師資培訓及研習課程

本會每年因應海外需求，滾動式調整辦理各類臺灣華語文學習中心教師與經營管理人員、歐美主流臺裔教師等之培訓及相關研習活動，111 年至 113 年實體來臺邀訪團及海外在地研習合計辦理 15 場/系列活動，計培訓 566 人次；線上師資認證培訓專班及線上研習講座合計舉辦 38 場，共培訓 1,983 人次，詳如下表：

實體來臺邀訪團及海外在地研習		
年度	活動名稱	培訓人次
111	臺灣華語文學習中心教學研討會(美東組、美西組、歐洲組)	112
111	歐美地區主流中小學臺裔教師來臺邀訪團	30
112	臺灣華語文學習中心教師來臺語言及文化工作坊	14
112	歐美地區主流中小學臺裔教師來臺邀訪團	30
112	臺灣華語文學習中心經營管理人員邀訪團	15

	(美中南、美西)	
112	臺灣華語文學習中心經營管理人員邀訪團 (歐洲、美東)	15
112	臺灣華語文學習中心教學研討會	39
113	臺灣華語文學習中心及主流中小學臺裔教師來臺語言及文化工作坊	26
113	海外舉辦針對主流教師之教師研習、師生交流及文化導覽	116
113	臺灣華語文學習中心教學研討會	112
113	臺灣華語文學習中心暨僑校研習參訪團(美西團)	22
113	臺灣華語文學習中心暨僑校研習參訪團(歐洲團)	16
113	臺灣華語文學習中心暨僑校研習參訪團(美中南團)	19
合計		566

線上師資認證培訓專班及線上研習講座		
年度	活動名稱	培訓人次
111	臺灣華語文學習中心師資培訓專班 2 班次	96
111	華文教師線上遠距研習班 2 班次	172
112	臺灣華語文學習中心師資培訓認證專班 2 班次	100
112	成人華語教學主題線上講座 12 場次	582
113	臺灣華語文學習中心師資培訓認證專班 2 班次	101
113	成人華語教學主題線上講座 9 場次	452
113	兒少華語教學主題線上講座 9 場次	480
合計		1,983

4.研發對外華語教材及多國語言版本

完成對外華語教材《來！學華語》入門冊（第一冊及第二冊）及基礎冊（第三冊及第四冊），並開發多元教學輔助資源及口說練習課程，提升華語教學與學習之效益。另研發該教材之法文、德文、西班牙文、印尼文、

越南文、波蘭文、捷克文、匈牙利文及義大利文等9國語言版本，除貼近不同語系臺灣華語文學習中心之學生學習需求，亦擴展我國華語教材海外推廣之地區與市場。

5. 海外數位華語文推廣計畫

為推廣本會自編華語文教材及臺灣華語教學資源與優勢，本會111年至113年計與38所次國內華語文教育機構合作，採用遠距線上教學方式，於全球各地辦理數位華語教學師資培訓課程，提升海外教師數位教學知能，並促進臺灣華語教學資源對外推廣。111年至113年全球開辦課堂總數計251門，教師參與人次達12,818人次。

6. 增益僑校與國內大學及教育機構數位課程教學合作

為加強國內大學院校等教育機構與海外僑校及臺灣華語文學習中心之連結，紓解海外華語文師資不足問題，同時推廣具臺灣特色的華語文教育、提供國內華語文系所學生實習管道，本會積極鼓勵僑校與國內大學逐步建立常態性教學夥伴關係，並有僑校與國內大學合作開設全新課程供海外僑校學生選讀，對挹注僑校教學資源及提升教學品質助益良多，111年至113年計有50所次僑校與54所次國內大學合作開辦教學課程，上課學生達6,571人次。

7. 舉辦多元智能教育競賽活動

- (1) 全球華語口說爭霸賽：本會於111年、112年及114年（113年改為每2年舉辦一次）採用國內優質智能產業研發之AI科技，辦理全球華語口說爭霸賽，並提供線上口說練習課程，讓全球僑校及臺灣華語文學習中心學生可自我練習，強化華語口說能力，並透過競賽方式觀摩學習，提升學習之興趣。111年至113年參與口說爭霸賽（含線上口說練習課程）人次達14,147人次。
- (2) 全球僑校學生暨僑生歌唱大賽：本會自111年起聯合文化部及客家委員會舉辦「全球僑校學生暨僑生歌唱

大賽」，並與國內 AI 智能廠商合作運用線上評分系統辦理賽事，另補助海外各地自辦歌曲教唱或比賽活動，鼓勵僑校學生、僑團子弟、臺灣華語文學習中心學員以輕鬆多元之方式學習華語、臺灣客語及臺灣台語，111 年至 113 年共計 8,403 人次參與，參賽國家包含美國、加拿大、英國、匈牙利、日本、韓國、緬甸、馬來西亞、越南、菲律賓、泰國、新加坡、巴西及巴拉圭等，每年國內僑生冠軍得獎同學並安排至雙十國慶晚會演出。

8. 臺灣華語文學習中心臺灣文化導覽及文化推廣活動計畫

本會協輔設有臺灣華語文學習中心之各地僑教中心辦理臺灣文化導覽及相關文化推廣或交流講座，邀請所轄臺灣華語文學習中心學員或主流學校師生參加，進一步體驗、感受臺灣多元文化的魅力，自 111 年至 113 年共辦理 108 場次，計 12,928 人次參與。

9. 邀請主流青年來臺參加各類青年活動

為增進海外青年對臺灣之認識，並實際來臺親身體驗華語文學習，本會每年辦理海外青年英語服務營、語文研習班及青年觀摩團等青年研習交流活動，計畫期間，歐美地區參與各式來臺青年活動人次達 1,914 人次。此外，本會持續鼓勵海外僑校（團）、中文班、中文學校聯合會、臺灣華語文學習中心，或於主流學校任教之現職臺裔教師率領學生組團來臺研習華語文或臺灣文化活動，計畫執行期間計有 1,252 人次參與，讓青年學生不僅止於海外學習華語課程，更能進一步來臺領略臺灣風土民情及文化之美。

(二) 檢討與改進

111 年至 114 年第 1 期「海外華語文學習深耕計畫」相關工作歷經疫情嚴峻考驗後，整體計畫辦理效益大幅提升，經以近 3 年實務推動經驗為基礎務實滾動檢討，復以同步配合國家對外華語輸出戰略精神，並衡酌新計畫制定之

可行性及挑戰性等原則考量，茲擬定以下策進措施。

1. 以「語言」及「文化」為策略，展現臺灣品牌

語言除了作為溝通的工具外，亦是承載文化的載體，學習語言的同時，也意味著習得語言背後所代表的文化脈絡，因此就語言推廣而言，應同時兼顧語言及文化之一體兩面。「華語文」雖屬使用人口多之相對強勢語言之一，但在語言學習市場上，倘僅有「語言」本體不易與競爭者產品有所區隔，產品被取代性亦高，而學習市場也易受國際政治影響，加以 AI 工具日趨普及之當下，單純語言之學習恐不足以吸引成年學習者進入課室，如能在學習語言的同時，亦側重文化體驗，將更能創造產品獨特性及消費者對產品之辨識度。觀諸英國文化協會及韓國世宗學堂財團的語文推廣策略，亦是透過語言建構文化理解與認同為核心目標，爰新計畫將以「語言」及「文化」作為未來推展臺灣品牌之雙軌核心策略，展現臺灣華語文教學之獨特性。

2. 以臺灣華語文學習中心及華僑文教服務中心為據點，雙軌行銷語言及文化

(1) 臺灣華語文學習中心

本會近年積極協輔歐美地區僑校（團）設置臺灣華語文學習中心，目前已達致初步成就，各臺灣華語文學習中心因地制宜深耕主流社區，發展出獨具特色的商業營運模式，以開拓穩定生源，例如：開辦企業專班、市府專班，以及與老人活動中心或市立圖書館合作等，並善用社群網路資源、積極參與主流社會大型年會活動等，有效提升臺灣華語文學習中心於主流社會之能見度。

惟隨著臺灣華語文學習中心設置所數逐步擴增，如何在質量兼具情形下集中資源打造品牌旗艦店將是下一階段的目標課題，爰本會將依國家施政戰略考量，擇選地區擴大海外布局，至已設立之臺灣華語文學習中

心將因地制宜予以輔助，俾分別發揮示範、教學與推廣功效。

(2) 華僑文教服務中心（簡稱僑教中心）

為因應海外各地僑社需要，本會在海外重要城市及僑胞聚集地區設置僑教中心，作為政府對僑民之聯繫及服務之窗口，多年來，本會各駐外據點及人員積極協輔僑界辦理多元活動宣介臺灣文化，惟囿於各據點人力及經費預算有限，均由當地熱心僑胞擔任志工導覽員，爰其專業度及對當今臺灣多元文化、政經社會現況之瞭解較為有限，加之僑教中心硬體設備相對老舊，展覽品項較為單一，無法充分呈現我國豐富之多元文化並吸引主流社會訪客駐足。

借鏡英國文化協會及韓國世宗學堂財團之全球英語、國際韓流文化推廣策略，據點及通路為國際文化行銷之要素，爰本會下一階段將以美國、加拿大及澳洲等地共 13 所僑教中心為據點，給予軟硬體升級，使之成為海外臺灣文化展示櫥窗，亦可作為國內各部會文化策展之海外延伸，並能與周邊臺灣華語文學習中心互為支援。

3. 偕同主流中小學臺裔教師，搭建青年與臺灣連結

本計畫於 111 年至 113 年期間，已在歐美地區與 437 位主流中小學臺裔教師建立聯繫，並以「賦能」為目標，透過持續提供多樣化之師資培訓課程及有益於教學與文化推廣之教材教具，具體提升渠等專業能力；同時透過邀請參與研習活動、籌組在地主流教師社團或群組、邀請返國訪問等交流聯誼活動，強化教師們橫向聯繫以及與臺灣產官學界的互動，進而促成渠等之學校或班級與臺灣各級學校建立姊妹校或國際數位學伴。是類教師們以自身影響力鼓勵學生來臺參加青年研習、服務活動，或是主動籌組短期臺灣交流之語言文化訪問團等，已是國民外交之具體助力。透過政府與海外主流中小學臺裔

教師的共同努力，已讓臺灣的自由、民主、多元意象能更有效地在主流基層教育體系深耕，而本會提供之各項服務亦深獲教師們好評，未來將在此成功基礎上持續推動。

4. 以海外僑青為橋梁，運用青年動能協力推展臺灣

為鼓勵海外僑民青年參與僑界活動、推展僑民外交，本會多年來投入辦理海外青年文化大使協會（Formosa Association of Student Cultural Ambassadors，簡稱FASCA）培育計畫，成功強化 14 歲至 17 歲僑青對我之連結及向心，渠等既具備當地國生長背景又熟悉臺灣文化，倘能有效運用優勢，結合臺灣華語文學習中心共同向當地主流民眾宣介臺灣，讓臺灣文化及精神走入主流社會，將更能激發主流人士之興趣。

5. 善用整體僑力資源，強化跨域協作

鑒於近年臺資大廠屢赴海外投資布局，帶動臺灣商貿、民生服務等產業於全球生根發展，促成臺灣文化之傳播，未來本會將善用整體僑力資源，除僑校、僑團之文化體系外，下一階段將強化僑商體系之產業網絡合作，結合臺商及商會組織共同行銷臺灣語言及文化活動。此外，在跨域協作方面，本會近年在臺美教育倡議之基礎上，透過美國在臺協會之既有網絡協助在美推廣我華語文教育，並匯聚我國相關部會海外資源及量能，達致整合強化執行之效益，下一階段本會將持續配合跨部會合作，結合教育、文化、觀光等跨域組合，以國家隊形概念分進合擊，協力推廣臺灣品牌。

6. 拓展對外華語教材之內涵及面向，增益語言及文化教學成效

本會開發適合海外各行各業華語文能力零起點人士學習之成人華語教材已完成入門冊及基礎冊，並推出多國語言翻譯版本，出版迄今普獲海外正面肯定。由於部分臺灣華語文學習中心學生華語能力已達進階程度，本會依

海外教師建議續編教材，並強化教材之臺灣文化主題與內容，以及加強學生聽說能力練習之資源。為務實回應海外進階程度學生之學習需求，並協助臺灣華語文學習中心共同以「語言」及「文化」雙軌進行華語教學，同時輔助學生自我練習增進華語能力，下一階段規劃賡續開發進階程度之教材，以及提供搭配教材使用之文化及數位輔助資源，充實及提高教材之易用性，增進學生學習效果。

(三)既有預算之限制

查 100 年本會僑教預算總金額尚有新臺幣 3 億 8,185 萬元，之後因預算統刪及業務移撥與整併因素，每年均以 5%~8% 不等之比例下降，截至 113 年止，扣除中長程計畫預算本會僑教預算僅剩新臺幣 1 億 595 萬 5 千元，13 年下來預算減少金額為 2 億 7,589 萬 5 千元，減幅高達 72.25%。在此前提下，本會既有業務均持續滾動檢討，並因應時代變遷不斷加入多項新型僑教輔助方案，預算本已捉襟見肘，鑒於首期「海外華語文學習深耕計畫」已有初步執行成效，允宜在現階段基礎上持續挹注資源，強化相關政策協輔力度，俾持續在國際社會擴大分享具臺灣特色之華語文教學與學習品牌優質內涵，倘需以本會既有預算持續推動第 2 期「海外華語文學習深耕計畫」，實非本會既有預算規模足以因應，爰需政府大力持續支持方能有效推動。

肆、執行策略及方法

一、主要工作項目

為推廣具臺灣特色之「語言」及「文化」優勢底蘊內涵，本計畫主要工作策略為「擴大延伸臺灣文化軟實力海外布局」、「緊密連結主流文教人才」及「建構產官學合作應用網絡」，分以「據點布局」、「人才連結」、「跨域合作」等三面向創造點、線、面之互相循

環、支援體系，其中工作項目涉相關邀訪研習及教材編修時，均將注意性別平衡（參與人員任一性別不少於三分之一）及性平意識。說明如下：

(一) 擴大延伸臺灣文化軟實力海外布局

立足首期「海外華語文學習深耕計畫」所輔導建置之歐美地區逾百所臺灣華語文學習中心暨僑校體系為基礎，與本會北美地區僑教中心據點相互支援，共同面向計畫地區主流社會人士，持續完善打造語言學習及文化分享之雙平臺。

1. 輔導臺灣華語文學習中心成立及營運發展

順應歐美地區以外之華語學習需求，將以近年輔導僑校（團）轉型設置臺灣華語文中心之政策經驗並觀察其他潛力僑區僑教體系發展潛能，擴大於加拿大、澳洲及紐西蘭等具潛能僑區布點，協助當地已具成人華語教學經驗之僑校（團）多角化營運發展，透過開辦華語文課程活動，深入經營當地主流社會，推廣分享華語學習及臺灣文化之美。臺灣華語文學習中心布局將整體配合我國家對外華語文推廣戰略方向與進程推展，於北美洲、歐洲及大洋洲以及相關潛力地區進行布局與深耕。

2. 打造專業及質量並重之臺灣華語文學習中心體系

臺灣華語文學習中心係政府長年所經營僑教體系之亮點項目，上階段計畫致力輔導擴充臺灣華語文學習中心數量規模，整體數量已初步達致階段性成果，本計畫階段將依據各地區臺灣華語文學習中心營運特色、能量及所處環境等，因地制宜協輔打造高品質臺灣華語文學習中心，同時導入政策管理系統落實績效評鑑及協助各項政策管理工作，增進政府輔導臺灣華語文學習中心效率，務實供應各臺灣華語文學習中心所需資源，協力提升臺灣華語文學習中心營運競爭力，此外善用其據點優勢，協助拓展我優秀青年學子全球視

野，增進海內外實質交流，另在品牌塑造上，加強結合僑務文宣量能擴大宣傳並引領國際深具臺灣特色之華語文學習風潮。

3.因地制宜打造僑教中心成為臺灣文化展示基地秀臺灣

海外僑教中心肩負僑民服務、協助宣傳臺灣多元文化、凝聚僑社對國家支持與認同等重要功能，隨全球社會、政治環境的變遷，僑教中心不僅作為凝聚僑社對國家支持之重要據點，更應成為扮演推展我國軟實力、臺灣多元文化的海外櫥窗。立基於前一階段海外華語文教育推動基礎，進一步運用本會僑教中心實體據點，打造臺灣文化品牌櫥窗，透過盤點僑教中心整體資源條件及僑區僑情特性、充實僑教中心軟硬體設施、提升文化導覽人才專業性等，建立臺灣多元文化品牌櫥窗，並賡續強化臺灣文化導覽、文化交流講座內涵，輔以適時結合臺灣華語文教學產業及智能科技，創造臺灣文化的多樣體驗，擴大對外行銷綜效。

4.運用青年動能搭建主流接軌橋梁

鼓勵並培訓當地海外青年文化大使協會（FASCA）分會規劃及辦理宣介臺灣文化活動，借重其身兼臺裔及當地國語言優勢，讓更多主流民眾認識臺灣；另結合海外青年文化大使協會與臺灣華語文學習中心共同於當地主流活動介紹臺灣，透過海外青年文化大使協會等青年組織搭建橋梁，串聯臺灣華語文學習中心師生，運用當地國國民之視角，以淺顯易懂及生動活潑方式，向當地民眾推介及宣傳臺灣多元特色以及兼容並蓄之文化內涵，善用僑青雙語優勢將臺灣推廣至國際社會。

(二) 緊密連結主流文教人才

1.加強主流中小學臺裔教師聯繫

本會自 111 年深耕計畫開始執行以來即加強對於在歐美地區主流中小學任教之臺裔教師聯繫。渠等係於主流

中小學教育體系內的重要人脈資源，本會透過培訓與邀訪活動增加渠等與臺灣產官學的連結，提供教材教具協助在教學上增色並適時推廣臺灣形象，也透過渠等鼓勵學生來臺體驗與研習，包括參加英語服務營、與國內中小學締結姊妹校或國際學伴，以及籌組短期來臺研習團等。各項措施確實已累積相當成效，將續依照前揭措施持續推動；另將持續鼓勵僑民考取教師執照並進入主流學校任教，續為臺裔主流教師添加新血。

2.充實師資專業並促進多元教師投入教學

在 AI 浪潮下，華語文教師需要了解如何運用新科技、並透過教學展現獨特價值與學習體驗，始能持續招收學生亦不被 AI 取代。未來臺灣華語文學習中心呈現之教學，期以語言及文化雙核心、語言課即文化課之概念，讓學員在學習語言過程中持續認識臺灣多元文化，並累積跨文化之認識、理解與溝通能力；而作為我國海外文化櫥窗之僑教中心，亦須透過培訓深化導覽師資與志工之文化素養。爰將持續與國內專業機構合作提供師培課程，整體側重提升「資訊應用」、「文化教學」與「華語教學」三大素養。

3.深化主流人士及在學青年與臺灣雙向連結

本計畫透過臺灣華語文學習中心及主流中小學臺裔教師進入歐美社區及校園推廣華語文及文化，並藉由僑教中心做為實體文化展示基地提高能見度，均係在推廣語言及文化教育間由下而上的累積公眾對臺灣民主與自由價值之認識。後續更將推動鼓勵主流人士可夠透過不同形式與我國產學界進行語言或文化之交流及體驗；海外在學青年則可透過偏鄉教學服務之英語服務營、來臺參加短期語文研習班或文化交流參訪活動，或是較長期之就學、就業等，達到從認識臺灣進而連結臺灣之目的。另為擴大海內外青年及與各地主

流社會連結，將適時促進海內外青年雙向交流，協助拓展我優秀青年學子全球視野，協促青年圓夢並翱翔國際。

(三) 建構產官學合作應用網絡

1. 鏈結產官學擴大臺灣軟實力輸出

AI 科技的快速發展，我國產官學界亦已投入相當資源於實務運用，其中亦包括 AI 在華語文教育之應用。本計畫將結合國內華語教學機構、智能產業的 AI 的資源與教學量能，辦理包括華語師資 AI 培訓課程、智能教育產品競賽活動，並透過研討會之平臺協助國內外華語教學機構、智能產業及華語教師互動交流，同時透過本會辦理之國內外交流活動，協助國內華語教學機構及智能產業對外推廣，並促進與國外僑校合作，以此逐步建立海內外產官學合作應用網絡，增加我國教育機構及產業對外曝光機會，拓展臺灣在全球華語文教育市場之能見度。

2. 順應臺商產業新布局助益華語文化深耕傳播

全球後疫情時代及各區域地緣政治多重情勢，全球經營環境大幅變遷，世界各國積極進行區域經濟整合布局，同時誘發全球供應鏈的解構與再重組。鑒於近年臺資大廠海外投資布局衍生的新一波臺商移民現象，亦帶動臺灣商貿、生活服務等民生產業於海外落地發展，這些產業之發展亦促成臺灣文化之傳播，其當地員工對於我臺廠企業文化、乃至我國文化及華語學習亦有相當程度需求，係我華語文化傳播重要潛在受眾，爰對於當地員眷及深耕在地之宣傳工作之落實，將是次一階段拓展、布局及宣傳臺灣文化之重要通路，例如我國美食文化聞名全球，向為最友善親近主流社會之文化優勢，允宜結合相關商會組織並強化與臺灣華語文學習中心合作連結，共同辦理行銷臺灣推廣活動，以協力宣傳臺灣。

3.創研對外華語教材進階冊，研發配套文化及數位輔助教材

為回應海外需求及完善本會開發之對外華語教材，將賡續研編教材之進階冊，並融入臺灣相關之多元主題，提高使用者對於臺灣之認識與瞭解，並持續辦理進階冊之多國語言翻譯，以符不同語系臺灣華語文學習中心學生需求。相關教材均將於研修時請參與之學者專家注意教材內容之性別平等意識，未來開發對外華語教材進階冊將導入性別敏感度審查機制，邀請具性平專業之專家學者檢視教材內容是否具性別包容性，促進性平意識、排除性別偏見與刻板印象。另為利臺灣華語文學習中心加強語言及文化雙核心教學，將強化教材之文化輔助資源，提供搭配教材應用之數位文化單元，讓臺灣華語文學習中心進行語言教學時亦能推廣臺灣文化。另為協助學生課後可自行複習及練習，規劃製作有利課後複習及練習之數位輔材，以期提升學生華語學習成效。

二、績效指標、衡量標準及目標值

策略	序	計畫項目	績效指標	衡量標準	目標值				
					115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
擴大延伸臺灣文化軟實力海外布局	一	強化實體語言推動據點，擴大臺灣華語文學習中心海外布局並提升營運競爭力	輔導臺灣華語文學習中心成立及營運	輔導成立臺灣華語文學習中心所次	90 所	95 所	100 所	100 所	100 所

策略	序	計畫項目	績效指標	衡量標準	目標值				
					115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
	二	建構實體文化據點，打造僑教中心成為臺灣文化展示櫥窗	辦理僑教中心軟硬體優化	辦理僑教中心軟硬體優化數量	軟硬體優化至少 3 間	軟硬體優化至少 2 間；維運至少 3 間	軟硬體優化至少 1 間；維運至少 5 間	維運至少 6 間	維運至少 6 間
	三		辦理中心臺灣文化導覽	辦理僑教中心臺灣文化導覽或文化交流講座活動，並結合海外青年文化大使(FASCA)共同辦理宣傳臺灣多元文化場次，參與人次	10 場次，300 人次	20 場次，600 人次	35 場次，1,400 人次	50 場次，2,000 人次	65 場次，3,000 人次
緊密連結主流文教人才	四	強化主流社會人士及新生代與臺灣連結	鏈結主流社會人士及青年與臺灣各界進行交流互動	參加交流、體驗、服務、研習活動之人次	700 人次	800 人次	1,000 人次	1,100 人次	1,400 人次
建構產官學合作應用網絡	五	鏈結產官學擴大臺灣文化軟實力輸出	與國內單位、產業及機構合作辦理課程、競賽或藝文推廣交流活動	辦理課程、競賽或藝文推廣交流活動，參與人次	5,000 人次	5,500 人次	6,000 人次	6,000 人次	6,000 人次
	六		擴大連結臺商網絡辦理臺灣美食文化推廣活動	辦理全球臺灣美食巡迴推廣或相關研習活動場次	46 場	48 場	50 場	54 場	58 場

三、分期（年）執行策略

本計畫共有 12 項執行策略，各項策略總成果及分年執行進度如下：

（一）擴大延伸臺灣文化軟實力海外布局部分

- 輔導成立臺灣華語文學習中心及提供開辦營運及評鑑等相關必要輔助措施，計畫初期 2 年以品質導向篩選並衡酌區域布局，115 年及 116 年分別盤整輔導營運

至少 90 所及 95 所，並逐步增進數量規模，117 年起每年營運至少 100 所，預計至 119 年累計協輔成立營運至少 485 所次。

2. 協導臺灣華語文學習中心開辦華語文課程活動並供應本會華語文教材教學及推廣使用，計畫初期 2 年預計每所臺灣華語文學習中心全年開辦 6 班場次，117 年至 118 年全年開辦 7 班場次，119 年全年開辦 8 班場次，預計至 119 年累計辦理至少 3,310 班場次。另將透過駐外單位蒐整臺灣華語文學習中心學員性別比例資料，進行性別分析，建置性別統計機制。

3. 打造僑教中心成為臺灣文化展示櫥窗

- (1) 自 115 年起逐步整修相關僑教中心外觀及內部空間，升級文化導覽環境及所需設備，或洽請國內各部會及單位協助提供各項可供展覽或體驗之資源，另建置及升級僑教中心臺灣文化導覽網頁與維運，並結合僑教中心實體導覽設計網頁，以虛實結合，擴增導覽趣味性及外溢效果，累計至 119 年至少辦理 6 所僑教中心內外部空間、設備、網頁之提升與改善。輔導僑教中心空間設計以性別友善為原則，提供安全、無障礙且包容不同性別的使用環境，並在符合當地法令規定下，於各教學與交流場域訂定性平與性騷擾防治措施，加強相關人員知能與應對能力。
- (2) 進行海外僑教中心導覽志工人力資源盤點，並辦理在地或返臺培訓活動，以提升導覽人員專業職能，至 119 年累計至少辦理 65 場次在地或返臺培訓。
- (3) 依據僑教中心歷年辦理臺灣文化導覽之成效，導引海外僑教中心因地制宜辦理臺灣文化導覽或文化交流講座活動，並結合海外青年文化大使協會（FASCA）等青年動能為橋梁，共同辦理宣傳臺灣多元文化活動，累計至 119 年至少辦理 180 場次。

(二) 緊密連結主流文教人才部分

1.加強主流中小學臺裔教師聯繫

- (1) 採購並提供對主流中小學教師教學及文化推廣有助之實體教材教具，預計至 119 年累計提供 25,000 份。
- (2) 辦理針對現職及潛力主流教師之來臺、線上及海外之研習、交流、輔導及補助進修活動，預計至 119 年累計 2,050 人次。

2.充實臺灣華語文學習中心現職及儲備教師教學專業

辦理提升教師專業之語言、文化及資訊素養之培訓課程，提高渠等公信力並確保教學專業技能，預計至 119 年累計培訓 1,900 人次。

3.強化主流社會人士及新生代與臺灣連結

邀請青年及臺灣華語文學習中心學員參加至偏鄉教學服務之英語服務營、來臺參加短期語文研習班或文化交流參訪活動、青年學生與國內學生建立國際數位學伴交流，預計至 119 年累計參與學員 5,000 人次，並將注意性別平衡。

(三) 建構產官學合作應用網絡部分

1. 與國內單位、產業及機構合作辦理華語文相關課程、競賽或藝文推廣交流活動，預計至 119 年累計 28,500 人次參與。
2. 擴大與臺灣華語文學習中心合作推廣臺灣美食文化，並連結臺商企業及僑界網絡宣傳，安排「臺灣美食國際巡迴講座」講師赴相關地區巡迴宣傳，以美食吸引國際友人認識臺灣，預計至 119 年累計辦理 25 條巡迴路線、256 場臺灣美食推廣或研習活動。
3. 開發對外華語教材進階冊（第五冊及第六冊），併將製作 9 國語言版教材，另將提供教材之文化教學資源及數位輔材等，供應臺灣華語文學習中心運用。相關教材均將於研修時請參與之學者專家注意教材內容之

性別平等意識，未來開發對外華語教材進階冊將導入性別敏感度審查機制，邀請具性平專業之專家學者檢視教材內容是否具性別包容性，促進性平意識、排除性別偏見與刻板印象。

* 分年執行進度

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
擴大臺灣華語文學習中心海外布局，提升營運競爭力	一	輔導臺灣華語文學習中心成立及營運	輔導成立臺灣華語文學習中心 485 所次。	輔導成立 90 所。	輔導成立 95 所。	輔導成立 100 所。	輔導成立 100 所。	輔導成立 100 所。
	二	協導臺灣華語文學習中心開辦華語文課程活動	協導臺灣華語文學習中心開辦華語文課程活動至少 3,310 班場次。	輔導開辦華語文課程活動 540 班場次。	輔導開辦華語文課程活動 570 班場次。	輔導開辦華語文課程活動 700 班場次。	輔導開辦華語文課程活動 700 班場次。	輔導開辦華語文課程活動 800 班場次。
打造僑教中心成為臺灣文化展示櫥窗	三	辦理僑教中心軟硬體優化	辦理 6 處僑教中心軟硬體優化。	依據中心空間設施現況及歷年辦理臺灣文化導覽成效，辦理至少 3 間僑教中心軟硬體優化。	依據中心空間設施現況及歷年辦理臺灣文化導覽成效，辦理至少 2 間僑教中心軟硬體優化；並辦理至少 3 間僑教中心維運。	依據中心空間設施現況及歷年辦理臺灣文化導覽成效，辦理至少 1 處僑教中心軟硬體優化；並辦理至少 5 間僑教中心維運。	依據中心空間設施現況及歷年辦理臺灣文化導覽成效，辦理至少 6 處僑教中心維運。	依據中心空間設施現況及歷年辦理臺灣文化導覽成效，辦理至少 6 處僑教中心維運。
打造僑教中心成為臺灣文化展示櫥窗	四	培訓文化導覽志工人才	辦理 65 場僑教中心導覽志工及儲備導覽志工在地或返臺培訓。	辦理 13 場僑教中心導覽志工及儲備導覽志工在地或返臺培訓。	辦理 13 場僑教中心導覽志工及儲備導覽志工在地或返臺培訓。	辦理 13 場僑教中心導覽志工及儲備導覽志工在地或返臺培訓。	辦理 13 場僑教中心導覽志工及儲備導覽志工在地或返臺培訓。	辦理 13 場僑教中心導覽志工及儲備導覽志工在地或返臺培訓。
	五	辦理中心臺灣文化導覽	因地制宜辦理僑教中心臺灣文化導覽或文化交流講座活動，並結合海外青年文化大使(FASCA)共同辦理宣傳臺灣多元文化計 180 場次，共	辦理臺灣文化導覽、文化交流講座活動 10 場次，300 人次參與。	辦理臺灣文化導覽、文化交流講座活動 20 場次，600 人次參與。	辦理臺灣文化導覽、文化交流講座活動 35 場次，1,400 人次參與。	辦理臺灣文化導覽、文化交流講座活動 50 場次，2,000 人次參與。	辦理臺灣文化導覽、文化交流講座活動 65 場次，3,000 人次參與。

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
			7,300 人次參與。					
加強主流中小學臺裔教師聯繫	六	供應主流學校臺裔教師教學推廣教材	累計提供教材教具予主流學校臺裔教師 25,000 份。	提供教材教具予主流學校臺裔教師 5,000 份。	提供教材教具予主流學校臺裔教師 5,000 份。	提供教材教具予主流學校臺裔教師 5,000 份。	提供教材教具予主流學校臺裔教師 5,000 份。	提供教材教具予主流學校臺裔教師 5,000 份。
	七	辦理針對現職及潛力主流教師之來臺、線上及海外之研習、交流輔導及補助進修之活動	累計參加研習與交流活動 2,050 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 350 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 350 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 400 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 450 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 500 人次。
充實師資專業並促進多元教師投入	八	辦理臺灣華語文學習中心現職、儲備師資之語言文化及資訊素養培訓	累計參加研習與交流活動 1,900 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 350 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 350 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 400 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 400 人次。	辦理研習與交流活動累計參加 400 人次。
強化主流社會人士及新生代與臺灣連結	九	邀請青年及臺灣華語文學習中心學員參加語言教學服務之英語服務營、來臺參加短期語文研習班或文化交流參訪活動、協促海內外青年學子交流活動	累計參與達 5,000 人次。	交流與研習活動累計參加 700 人次。	交流與研習活動累計參加 800 人次。	交流與研習活動累計參加 1,000 人次。	交流與研習活動累計參加 1,100 人次。	交流與研習活動累計參加 1,400 人次。
鏈結產官學擴大臺灣軟實力輸出	十	與國內單位、產業及機構合作辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動	累計辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動，28,500 人次參與。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動，5,000 人次參與。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動，5,500 人次參與。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動，6,000 人次參與。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動，6,000 人次參與。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動，6,000 人次參與。
	十一	擴大連結臺商網絡辦理臺灣美食文化推廣活動	累計辦理 256 場臺灣美食推廣或研習活動。	辦理 46 場臺灣美食推廣或研習活動。	辦理 48 場臺灣美食推廣或研習活動。	辦理 50 場臺灣美食推廣或研習活動。	辦理 54 場臺灣美食推廣或研習活動。	辦理 58 場臺灣美食推廣或研習活動。

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
創研對外華語教材進階冊，研發配套文化及數位輔助教材	十二	研發對外華語教材進階冊及多國語言版，並開發文化及數位華語文學習、輔助教材	研發對外華語教材進階冊及多國語言版，並開發文化及數位華語文學習、輔助教材。	研發教材之進階冊（第五冊），並製作各冊教材文化單元與數位輔材。	研發教材之進階冊（第六冊），並製作各冊教材文化單元與數位輔材。	辦理教材進階冊（第五冊）9 國語言翻譯及校對，並製作各冊教材文化單元與數位輔材。	辦理教材進階冊（第五及第六冊）9 國語言翻譯、校對及排版，並製作各冊教材文化單元與數位輔材。	辦理教材進階冊（第六冊）9 國語言翻譯、校對及排版，並製作各冊教材文化單元與數位輔材。

四、執行步驟（方法）與分工

（一）執行步驟（方法）

1. 本會透過相關地區駐外單位遴選輔導具轉型發展潛能優質僑校（團）成立臺灣華語文學習中心，提供教學營運等必要協輔資源，協輔開辦常態性之語言學習及文化推廣課程，提供當地主流人士學習；另在品牌塑造上，為臺灣華語文學習中心輔導政策強化導入行銷概念，加強結合僑務文宣量能擴大宣傳，協輔全區/跨區的整合行銷，善用通路串流，運用本會官方社群平臺與臺灣華語文學習中心社群平臺、各部會社群平臺及外文網站進行合作串連，對接國內海外主流媒體通路，達到宣傳加乘效果。提升品牌關注度，進而引領國際深具臺灣特色之華語文學習風潮。
2. 導入臺灣華語文學習中心政策管理專業思維，將依據各地區臺灣華語文學習中心營運模式、能量及所處環境等，因地制宜協輔打造營運優勢特色，助益招生與宣傳，同時落實績效評鑑及協助各項政策管理工作，增進政府輔導臺灣華語文學習中心效率，以務實供應各臺灣華語文學習中心所需資源，打造高品質臺灣華語文學習中心。
3. 盤點本會海外僑教中心資源，依據僑區特性及空間現況，進行內外部空間整繕，強化及充實相關軟硬體設備，藉以活化中心空間利用，創造多元使用效能，打造具吸引力的臺灣多元文化展示環境及外觀的明確主題標誌，並提升導覽人員專業性，進一步連結當地如海外青年文化大使協會（FASCA）等豐沛僑務體系資源，擴大深入主流學校、公私機關/構或臺灣華語文學習中心進行文化分享與交流講座活動，便捷當地民眾與國際友人體驗臺灣精采多元文化，深化對臺灣之認識。
4. 各僑教中心協輔當地海外青年文化大使協會於主流社

會主辦宣傳臺灣如臺灣日（Taiwan Day）等活動，從活動規劃、前置培訓作業及活動執行等均由當地僑教中心及海外青年文化大使協會分會成員共同完成，透過海外青年文化大使協會成員兼具僑居國及臺灣雙重背景，以生動活潑且淺顯易懂方式行銷臺灣；另結合海外青年文化大使協會分會與臺灣華語文學習中心師生共同於主流大型活動設置宣傳臺灣文化攤位等方式，藉由均屬當地國國民之角度來介紹臺灣，深化對臺灣的理解與共鳴。

5. 由本會規劃並透過駐外單位聯繫推動，強化與臺灣華語文學習中心及主流中小學教師之互動交流，除持續提供有助於教學與文化推廣的教材教具外，並鼓勵渠等參加來臺參訪團（研習班）、線上研習班及僑居地研習活動，強化專業能力並增加與臺灣文教資源之連結，並於各僑居地創造交流機會促進橫向交流，以壯大友我專業人士；並鼓勵臺裔僑校教師修習教育學分以進入主流中小學任教。
6. 鼓勵臺灣華語文學習中心學員及主流中小學學生參加本會舉辦之各項臺灣文化推廣活動，如參加本會舉辦之語文班、觀摩團及偏鄉教學服務之英語服務營，或由臺灣華語文學習中心或主流小學教師籌組學生來臺語言及文化參訪團。另亦透過線上交流協助國內中小學與海外建立國際數位學伴，協促雙邊交流合作，此外適時鼓勵國內青年赴海外交流，協助拓展我優秀青年學子全球視野，協助青年圓夢並翱翔國際。以不同形式創造渠等與各界進行語言文化交流與體驗之機會，達到認識臺灣、進而連結臺灣之目的，
7. 持續研編對外華語教材《來！學華語》進階冊（第五冊及第六冊）、辦理教材 9 國語言版開發作業，並同步充實教材之文化及數位輔助資源，協助臺灣華語文學習中心進行進階華語教學及推廣臺灣文化。另運用

國內華語教學機構、智能產業與單位之華語教學專業及 AI 技術，建構並深化產官學之合作，辦理「數位華語文推廣計畫」，開設數位華語教學師資培訓課程，以利教師運用數位及 AI 工具提升教材使用效益。另結合 AI 科技辦理多元華語競賽活動或課程，增進海外學生華語學習樂趣與成效。

8. 結合本會連結臺商及推廣臺灣美食至國際之政策目標，將「臺灣美食國際巡迴講座」作為海外展現臺灣多元文化之展演機會，邀請各界主流人士到訪，相關場合可作為臺灣華語文學習中心招生宣導與增加曝光之機會。為提升活動影響力，輔導海外活動單位增加主流媒體宣傳，透過主流媒體與自媒體平臺推廣，吸引更多社會主流人士關注，進一步強化臺灣美食與文化的國際能見度。
9. 配合政府推動美食文化觀光之政策，擴大邀請海外臺灣華語文學習中心教師與學員等相關人員，來臺參加臺灣美食研習與推廣活動。另鼓勵學員參加文化觀光參訪活動，深入體驗臺灣的自然風光、歷史古蹟及民俗文化，並利用社群媒體（如 Instagram、Facebook、YouTube 等）平臺擴大分享，讓更多國際觀眾認識臺灣文化精髓與華語學習之美。

（二）執行分工

1. 本會：負責計畫研擬、推動區域擇定、全球性活動規劃、經費補助、教材編製及供應、執行進度管考、經費核銷及成果評估及評鑑等統籌作業事宜。
2. 駐外單位（駐外館處、海外僑教中心及駐外僑務人員）：負責計畫之聯繫、遴薦及文宣作業、地區（區域）性活動規劃、地區（區域）性成果彙整、分析，以及各項策略之現場執行督導。
3. 海外僑校、僑教組織、僑團組織、僑臺商團體：提供人力、物力協助本計畫各項策略於海外之現場推動、

執行。

伍、期程與資源需求

一、計畫期程

本計畫為 5 年期中程個案計畫，自 115 年度起至 119 年度止。

二、經費來源及計算基準

本案經費除本會年度公務預算外，由行政院核定本計畫並確立增列經費額度後，屆時（115 年至 119 年）再循預算程序編列。

三、經費需求（含分年經費）及與中程歲出概算額度配合情形

本計畫自 115 年至 119 年所需經費總計為新臺幣 1,035,490 千元，其中 115 年經費需求 238,879 千元、116 年經費需求 217,473 千元、117 年經費需求 202,111 千元、118 年經費需求 181,008 千元、119 年經費需求 196,019 千元，相關經費計算基準係參考各地僑情及歷年來辦理相關活動概況進行編列。各年度所需經費及項目明細如下附表：

*分年預算

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
擴大「臺灣華語文學習中心」海外布局，提升營運競爭力	一	輔導臺灣華語文學習中心成立及營運	累計輔助開辦暨營運費 257,334 千元。	開辦暨營運費 52,404 千元。	開辦暨營運費 50,490 千元。	開辦暨營運費 51,480 千元。	開辦暨營運費 51,480 千元。	開辦暨營運費 51,480 千元。
	二	輔導臺灣華語文學習中心成立及營運	累計建置及維運臺灣華語文學習中心政策管理系統 4,200 千元，並獎勵績優臺灣華語文中心經費 8,811 千元。	建置臺灣華語文學習中心政策管理系統 3,000 千元，並獎勵績優臺灣華語文中心經費 1,254 千元。	維運臺灣華語文學習中心政策管理系統 300 千元，並獎勵績優臺灣華語文中心經費 1,617 千元。	維運臺灣華語文學習中心政策管理系統 300 千元，並獎勵績優臺灣華語文中心經費 1,980 千元。	維運臺灣華語文學習中心政策管理系統 300 千元，並獎勵績優臺灣華語文中心經費 1,980 千元。	維運臺灣華語文學習中心政策管理系統 300 千元，並獎勵績優臺灣華語文中心經費 1,980 千元。

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
	三	輔導臺灣華語文學習中心成立及營運	印製供應臺灣華語文學習中心課程教材累計需用 17,963 千元。	教材書款及理貨運費 2,484 千元。	教材書款及理貨運費 3,059 千元。	教材書款及理貨運費 3,680 千元。	教材書款及理貨運費 4,140 千元。	教材書款及理貨運費 4,600 千元。
	四	辦理總體行銷宣傳	辦理總體行銷宣傳，累計需用 53,921 千元。	辦理總體行銷宣傳 10,008 千元。	辦理總體行銷宣傳 10,020 千元。	辦理總體行銷宣傳 11,131 千元。	辦理總體行銷宣傳 11,131 千元。	辦理總體行銷宣傳 11,631 千元。
	五	協輔臺灣華語文學習中心辦理招生及文教推廣活動	協輔辦理招生及文教推廣活動，累計需用 70,620 千元。	協輔招生推廣活動經費 11,880 千元。	協輔招生推廣活動經費 12,540 千元。	協輔招生推廣活動經費 13,200 千元。	協輔招生推廣活動經費 13,200 千元。	協輔招生推廣活動經費 19,800 千元。
	六	辦理臺灣華語文學習中心交流專案	辦理臺灣華語文學習中心年會及研討會，累計 17,000 千元。	辦理全球臺灣華語文學習中心研討會 3,000 千元。	辦理臺灣華語文學習中心年會費用 4,000 千元。	辦理全球臺灣華語文學習中心研討會費用 3,000 千元。	辦理臺灣華語文學習中心年會費用 4,000 千元。	辦理全球臺灣華語文學習中心研討會 3,000 千元。
			429,849 千元	84,030 千元	82,026 千元	84,771 千元	86,231 千元	92,791 千元
打造僑教中心成為臺灣文化展示櫥窗	七	辦理至少 6 間僑教中心軟硬體優化。	累計需 247,000 千元。	辦理至少 3 間僑教中心軟硬體優化所需經費計 99,000 千元。	辦理至少 2 間僑教中心軟硬體優化所需經費計 66,000 千元；維運 3 間僑教中心所需經費計 6,000 千元。	辦理至少 1 間僑教中心軟硬體優化所需經費計 33,000 千元；維運 5 間僑教中心所需經費計 10,000 千元。	維運 6 間僑教中心所需經費計 15,000 千元。	維運 6 間僑教中心所需經費計 18,000 千元。
	八	擴增導覽員及儲備導覽員人力進行在地培訓及返臺研習	累計需 13,650 千元。	辦理僑教中心臺灣文化導覽員在地培訓、講座及返臺研習所需經費計 2,600 千元。	辦理僑教中心臺灣文化導覽員在地培訓、講座及返臺研習所需經費計 2,650 千元。	辦理僑教中心臺灣文化導覽員在地培訓、講座及返臺研習所需經費計 2,700 千元。	辦理僑教中心臺灣文化導覽員在地培訓、講座及返臺研習所需經費計 2,800 千元。	辦理僑教中心臺灣文化導覽員在地培訓、講座及返臺研習所需經費計 2,900 千元。

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
	九	輔導僑教中心辦理臺灣文化導覽活動	僑教中心辦理臺灣文化導覽活動，累計共需 8,911 千元。	僑教中心辦理文化導覽活動 10 場次，費用 495 千元。	僑教中心辦理文化導覽活動 20 場次，費用 990 千元。	鼓勵師生參與僑教中心辦理文化導覽活動 35 場次，費用 1,733 千元。	鼓勵師生參與僑教中心辦理文化導覽活動 50 場次，費用 2,475 千元。	鼓勵師生參與僑教中心辦理文化導覽活動 65 場次，費用 3,218 千元。
			269,561 千元	102,095 千元	75,640 千元	47,433 千元	20,275 千元	24,118 千元
運用青年組織宣介臺灣	十	運用青年組織舉辦宣傳臺灣活動	累計需 10,290 千元。	協輔海外青年文化大使協會、結合海外青年文化大使協會及臺灣華語文學習中心共同舉辦宣傳臺灣活動所需經費 750 千元。	協輔海外青年文化大使協會、結合海外青年文化大使協會及臺灣華語文學習中心共同舉辦宣傳臺灣活動所需經費 1,500 千元。	協輔海外青年文化大使協會、結合海外青年文化大使協會及臺灣華語文學習中心共同舉辦宣傳臺灣活動所需經費 2,250 千元。	協輔海外青年文化大使協會、結合海外青年文化大使協會及臺灣華語文學習中心共同舉辦宣傳臺灣活動所需經費 2,760 千元。	協輔海外青年文化大使協會、結合海外青年文化大使協會及臺灣華語文學習中心共同舉辦宣傳臺灣活動所需經費 3,030 千元。
			10,290 千元	750 千元	1,500 千元	2,250 千元	2,760 千元	3,030 千元
	十一	供應主流學校臺裔教師教學推廣教材教具	提供教材予主流學校教師，累計貨款及運費 25,500 千元。	提供教材教具予主流學校臺裔教師貨款及運費 5,000 千元。	提供教材教具予主流學校臺裔教師貨款及運費 5,050 千元。	提供教材教具予主流學校臺裔教師貨款及運費 5,100 千元。	提供教材教具予主流學校臺裔教師貨款及運費 5,150 千元。	提供教材教具予主流學校臺裔教師貨款及運費 5,200 千元。
加強主流中小學臺裔教師聯繫	十二	辦理針對現職及潛力主流教師之來臺、線上及海外之研習、交流輔導及補助進修之活動	辦理工作坊、訪邀訪團、線上研習、在地研習及補進修等，累計 33,180 千元。	辦理各式研習與交流活動累計參加 350 人次、經費 4,000 千元。	辦理研習與交流活動累計參加 350 人次、經費 4,020 千元。	辦理研習與交流活動累計參加 400 人次，包含 2 邀訪團、經費 8,340 千元。	辦理研習與交流活動累計參加 450 人次，包含 2 邀訪團、經費 8,400 千元。	辦理研習與交流活動累計參加 500 人次，包含 2 邀訪團、經費 8,420 千元。
充實師資專業並促進多元教師投入	十三	辦理臺灣華語文學習中心現職、潛力師資之語言文化及資訊素養培訓	辦理工作坊、線上研習、在地研習等，累計 17,400 千元。	辦理各式研習與交流活動累計參加 350 人次、經費 3,400 千元。	辦理各式研習與交流活動累計參加 350 人次、經費 3,420 千元。	辦理各式研習與交流活動累計參加 400 人次、經費 3,480 千元。	辦理各式研習與交流活動累計參加 400 人次、經費 3,500 千元。	辦理各式研習與交流活動累計參加 400 人次、經費 3,600 千元。

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
強化主流社會人士及新生代與臺灣連結	十四	邀請青年及臺灣華語文學習中心學員參加語言教學服務之英語服務營、來臺參加短期語文研習班或文化交流參訪活動、海內外青年學子建立交流活動	補助交流與研習活動累計 23,000 千元。	補助交流與研習活動累計參加 700 人次、經費 3,510 千元。	交流與研習活動累計參加 800 人次、經費 4,220 千元。	交流與研習活動累計參加 1,000 人次、經費 4,600 千元。	交流與研習活動累計參加 1,100 人次、經費 4,980 千元。	交流與研習活動累計參加 1,400 人次、經費 5,690 千元。
			99,080 千元	15,910 千元	16,710 千元	21,520 千元	22,030 千元	22,910 千元
鏈結產官學擴大臺灣文化軟實力輸出	十五	與國內單位、產業及機構合作辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動，累計需用 81,230 千元。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動費用 14,350 千元。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動費用 15,500 千元。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動費用 16,160 千元。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動費用 17,280 千元。	辦理課程、競賽、藝文推廣交流活動費用 17,940 千元。
	十六	擴大連結臺商網絡辦理臺灣美食文化推廣活動	辦理臺灣美食國際巡迴講座及相關研習或推廣活動，累計需用 60,067 千元。	辦理臺灣美食國際巡迴講座及相關研習或推廣活動 8,700 千元。	辦理臺灣美食國際巡迴講座及相關研習或推廣活動 9,801 千元。	辦理臺灣美食國際巡迴講座及相關研習或推廣活動 11,709 千元。	辦理臺灣美食國際巡迴講座及相關研習或推廣活動 13,776 千元。	辦理臺灣美食國際巡迴講座及相關研習或推廣活動 16,081 千元。
創研對外華語教材進階冊，研發配套文化及數位輔助教材	十七	研發對外華語教材進階冊及多國語言版，並開發文化及數位華語文學習、輔助教材。	研發《來！學華語》教材進階冊及多國語言版，並開發文化及數位華語文學習、輔助教材，累計需用 29,800 千元。	研發教材之進階冊（第五冊），並製作各冊教材文化單元與數位輔助教材，費用計 5,650 千元。	研發教材之進階冊（第六冊），並製作各冊教材文化單元與數位輔助教材，費用計 5,750 千元。	辦理教材進階冊（第五冊）9 國語言翻譯及校對，並製作各冊教材文化單元與數位輔助教材，費用計 6,000 千元。	辦理教材進階冊（第五及第六冊）9 國語言翻譯、校對及排版，並製作各冊教材文化單元與數位輔助教材，費用計 6,100 千元。	辦理教材進階冊（第六及第六冊）9 國語言翻譯、校對及排版，並製作各冊教材文化單元與數位輔助教材，費用計 6,300 千元。
			171,097 千元	28,700 千元	31,051 千元	33,869 千元	37,156 千元	40,321 千元

計畫項目	序	執行策略	累計值	115 年	116 年	117 年	118 年	119 年
計畫人力支援	十八	進用專案人力	進用海外專案行政人力，累計需用 35,939 千元。 (以 114 年美加地區臨時雇員薪資標準為基準，每年甲等晉升一級計算)	雇用僑教中心臨時雇員共 3 位，共需 3,689 千元。	雇用僑教中心臨時雇員共 5 位，共需 6,730 千元。	雇用僑教中心臨時雇員共 6 位，共需 8,337 千元。	雇用僑教中心臨時雇員共 6 位，共需 8,506 千元。	雇用僑教中心臨時雇員共 6 位，共需 8,677 千元。
			進用國內專案人力，累計需用 19,674 千元。 1.綜合行政人力 4 人，需用 14,623 千元:以 114 年 4 人計 2,674 千元費用基準，每年調升 3%。 2.行銷專業人力 1 名 5,051 千元:115 年以 950 千元為基準起算。每年調升 3%。	綜合行政人力 4 人計 2,755 千元。	綜合行政人力 4 人計 2,837 千元。	綜合行政人力 4 人計 2,922 千元。	綜合行政人力 4 人計 3,009 千元。	綜合行政人力 4 人計 3,100 千元。
				行銷專業人力 1 人 950 千元。	行銷專業人力 1 人 979 千元。	行銷專業人力 1 人每年 1,009 千元。	行銷專業人力 1 人每年 1,041 千元。	行銷專業人力 1 人每年 1,072 千元。
			55,613 千元	7,394 千元	10,546 千元	12,268 千元	12,556 千元	12,849 千元
		合計	1,035,490 千元	238,879 千元	217,473 千元	202,111 千元	181,008 千元	196,019 千元

陸、預期效果及影響

鑒於第 1 期（111 年至 114 年）計畫成效已具相當規模，結合本會於歐美市場協輔成立逾百所臺灣華語文學習中心實體據點之成功經驗，同時透過強化主流社群與臺灣之連結逐步提高社會人士對於我國之認識。立足於上述基礎，本會接續提出五年計畫（115 年至 119 年），期能進階達成提高臺灣品牌形象、強化語言及文化推廣等之成效，並再以新計畫初期前 2 年（115 年至 116 年）為資源再強化奠基期，

至後3年為計畫績效攀升期，各項預期成果並摘述如次：

一、行銷臺灣品牌擴大文化軟實力海外布局

透過第2期「海外華語文深耕計畫」的實施，已建立引領全球僑校轉型的臺灣華語文學習中心體系，歐洲及美國地區的臺灣華語文學習中心均能深入經營主流社會，並因地制宜發展商業營運模式，為當地華語文推廣工作開發新客群並朝永續經營方向前進，可作為全球其他地區僑校經營之示範，多所晉階為旗艦店之臺灣華語文學習中心更能發揮帶頭的示範作用，引領整個體系日臻完善、進步發展。持續推動「海外華語文學習深耕計畫」，擴大延伸布局至各地僑區，將能有效複製、創新成功經驗，點、線、面打造全方位、立體化的臺灣品牌之華語文教育國家隊形，以兼顧僑界、主流社會需求，發揮臺灣文化軟實力優勢，提升臺灣的國際參與及影響力，也有助開拓臺灣年輕世代海外圓夢、實現價值之發展空間。

二、結合主流力量融入在地多元文化情境凸顯臺灣意象

參考「社區總體營造」概念，深入評估各地僑教中心之量能、潛力，透過相關強化策略之實施，將中心場地打造成為「凝聚社區共識，面向主流及新生代」之社區新據點。各僑教中心因地制宜，結合轄內僑區多方資源，策辦臺灣文化導覽活動，進一步與在地臺灣華語文學習中心、主流中小學合辦文化課程，加乘活動效益，提升計畫總體價值。並藉由增進臺灣文化的可近性及理解，發揮鼓勵海外青年文化大使協會、僑民青年參與導覽工作之效果，運用在地優勢接近主流、融入主流進而帶動主流，從在地多元文化情境凸顯臺灣意象。復運用大型主題性包括臺灣日、臺灣嘉年華、臺灣傳統週等活動，提升臺灣在國際舞臺的正面意象與能見度，推行公眾外交。再適時透過網路、數位科技及合宜的策展設計，有效結合國內各部會線上或實體資源，以更生動活潑方式展現臺灣多元文化魅力，突破地理疆界與時區範圍限制，擴大臺灣文化傳播效益及吸引力。

三、促進主流文教體系之雙向交流以行銷臺灣價值

近年來隨著國際產業鏈的重組，臺灣高科技產業之優勢日益受到國際社會之矚目與重視，從而亦帶動臺灣華語文教育在海外的擴大發展趨勢，第 2 期「海外華語文學習深耕計畫」的實施，延續了第 1 期「海外華語文深耕計畫」加強參與海外主流教育體系運作之主要策略，再透過我國資訊應用之強項，為華語及文化教學加值賦能。加強聯繫海外主流中小學臺裔教師，提供臺灣豐沛教育資源，是促進僑教與主流文教體系雙向交流之關鍵起步，輔以師資培訓、華語文教材、數位學伴、青年志工等資源的投入，提升主流臺裔教師對我活動之參與率及在當地教育體系之地位與影響力，將能鞏固臺灣特色華語文教育資源對主流文教領域的參與及支援，未來亦可帶動主流人士對臺灣在海外之華語文教育、僑教體系、文化推廣等優化臺灣品牌相關領域之參與，結合臺灣、僑界與在地主流力量三方多管齊下、共同努力的結果，達致全面推廣臺灣華語文教育以行銷臺灣價值之政策目標。

四、強化跨領域合作提升海外華語文教育推廣效益

結合臺灣華語教學機構及 AI、智能數位產業之優質華語教學及數位科技量能，研發進階對外華語文教材、文化及數位輔材，並辦理智能華語文競賽、課程或活動，強化學生對臺灣文化之瞭解，增加學生華語學習興趣及效益。同時運用臺灣華語文教學機構之教學優勢，建立與海外僑校、臺灣華語文學習中心及華語教師之連結與合作，透過辦理數位課程，提升教師教學知能及僑校對外開課之量能。另藉由海外臺商組織之資源網絡、致力推動的美食巡迴、經貿講座等多元機制，共同宣傳推廣臺灣優質華語文教育及臺灣文化特色，臺灣華語文學習中心及僑教中心雙軌並進優化通路功能，有效加強跨領域合作，共同拓展海外華語文教學市場，提升海外華語文教育推廣效益及臺灣在國際之美好意象與能見度。

五、進階深耕臺灣品牌華語文教育鏈結國際友我力量

順應國家生存發展的需要，以及國際社會政治、經濟、文化、科技的新趨勢，僑教工作必須以創新思維為驅動，從 COVID-19 疫情前後的首期「海外華語文深耕計畫」打下的基礎，再到第 2 期「海外華語文學習深耕計畫」的規劃與執行，從擴大海外布局、強化連結主流，以及跨領域資源共享合作機制的加值賦能，皆可切合各國民主社會崇尚多元族群文化健全發展的主流價值，創造顯著的外溢效果，來提升臺灣品牌華語文教育國家隊形對於各地主流社會教育體系的參與及支援。隨著臺灣產業經濟實力飛躍成長，我們亟應效法英、韓等國家語言文化教育對外推廣策略，讓臺灣的產業與文化雙翼高展，透過臺灣特色華語文教育工作不斷地深入海外社區基層，將能充分發揮櫥窗功能，用草根力量行銷臺灣的文化、科技實力，俾與中國有所區隔，讓國際社會認識臺灣、挺臺灣，有助鞏固全球民主價值夥伴之互動合作關係。

柒、附則

一、風險管理(計畫方案推動之風險評估)

本計畫依據可能遭遇之潛在風險項目及等級，研提相關控制機制及改善對策於下列風險評估及處理彙總表，以及計畫殘餘風險圖像。

年度施政目標	重要計畫項目	風險項目	風險情境	現有風險等級		現有風險值(R)=(L)×(I)	新增風險對策	殘餘風險等級		殘餘風險值(R)=(L)×(I)	主辦機關
				可能性(L)	影響程度(I)			可能性(L)	影響程度(I)		
A. 緊密連結主流文	強化主流社會人士及新生代	疫情或全球性災禍衝擊計畫	全球受到病毒或天災等衝擊，導致實體及跨國活動或外幣匯率受	1	2	2	評估改以線上方式呈現，或倘海外資	1	1	1	僑委會

教人 才	與臺灣 連結	活動執 行	影響，海外辦理 活動成本高漲， 然本會可提供補 助金額有限，嚴 重影響海外活動 辦理意願。				源許可， 可將返臺 培訓活動 移師當地 舉辦。				
B. 擴 大延 伸臺 灣文 化軟 實力 海外 布局	強化實 體語言 推動據 點，擴 大臺灣 華語文 學習中 心海外 布局並 提升營 運競爭 力	臺灣華 語文學 習中心 營運績 效未如 預期	臺灣華語文學習 中心多係由僑校 成立，營運過程 中面臨行銷推 廣、機構營運、 師資管理等實際 問題與挑戰。因 各地負責人之能 力與觀念均有差 異，可能產生臺 灣華語文學習中 心營運績效未如 預期，甚至需要 退場之情狀。	2	1	2	本會每年 度辦理各 中心之績 效評比， 對年度評 比結果不 佳者將與 負責人晤 談並適時 提供輔導 協助，倘 經輔導效 果不佳或 經輔導後 第二年仍 未改善 者，則將 予退場， 以確保臺 灣華語文 學習中心 之品牌與 品質。	1	1	1	僑 委 會

計畫現有風險圖像

嚴重(3)			
中度(2)	A		
輕微(1)		B	
影響程度 可能性	不太可能(1)	可能(2)	非常可能(3)

計畫殘餘風險圖像

嚴重(3)			
中度(2)			
輕微(1)	A、B		
影響程度 可能性	不太可能(1)	可能(2)	非常可能(3)

二、相關機關配合事項

- (一)本計畫期將「僑教中心」做為海外實體展示臺灣文化資源之據點，將透過臺灣文化導覽、主題策展、文化交流講座等活動提高臺灣能見度。各活動須適時連結外部資源，期將國內之實體與數位互動策展延伸至海外，達到資源有效運用之目標。包括策展項目、展覽品項及文宣、資訊等，適時與文化部、客家委員會、原住民族委員會、故宮博物院、交通部觀光署及其他相關部會共同辦理，前揭部會倘有合適結合本會資源之策展主題，亦請知會本會。
- (二)臺灣華語文學習中心係深入主流社區之華語文學習品牌，亦多有因地制宜協助地方政府機構開設華語文學習專班之前例，爰請外交部函知所轄設有臺灣華語文學習中心駐外館處，可在與各級政府機構或政界人士交流時適時推廣臺灣華語文學習中心相關業務，以創造更多連結觸角。
- (三)本計畫期能適時推介國內優質之華語教育或推廣文化之廠商增加海外曝光度，除相關語文競賽、文化導覽可能採用相關平臺或元素外，亦有機會於海外推廣臺灣文化之實體據點僑教中心展示，倘有國內合適廠商，並請經濟部、數位發展部適時推薦。