

104 年第 6 期(12 月號)

文化

雙月報

產業 訊息及趨勢分析

國內外

發行 / 文化部

24219 新北市新莊區中平路 39 號南棟 3 樓

電話 02-8512-6000

網址 <http://www.moc.gov.tw/>

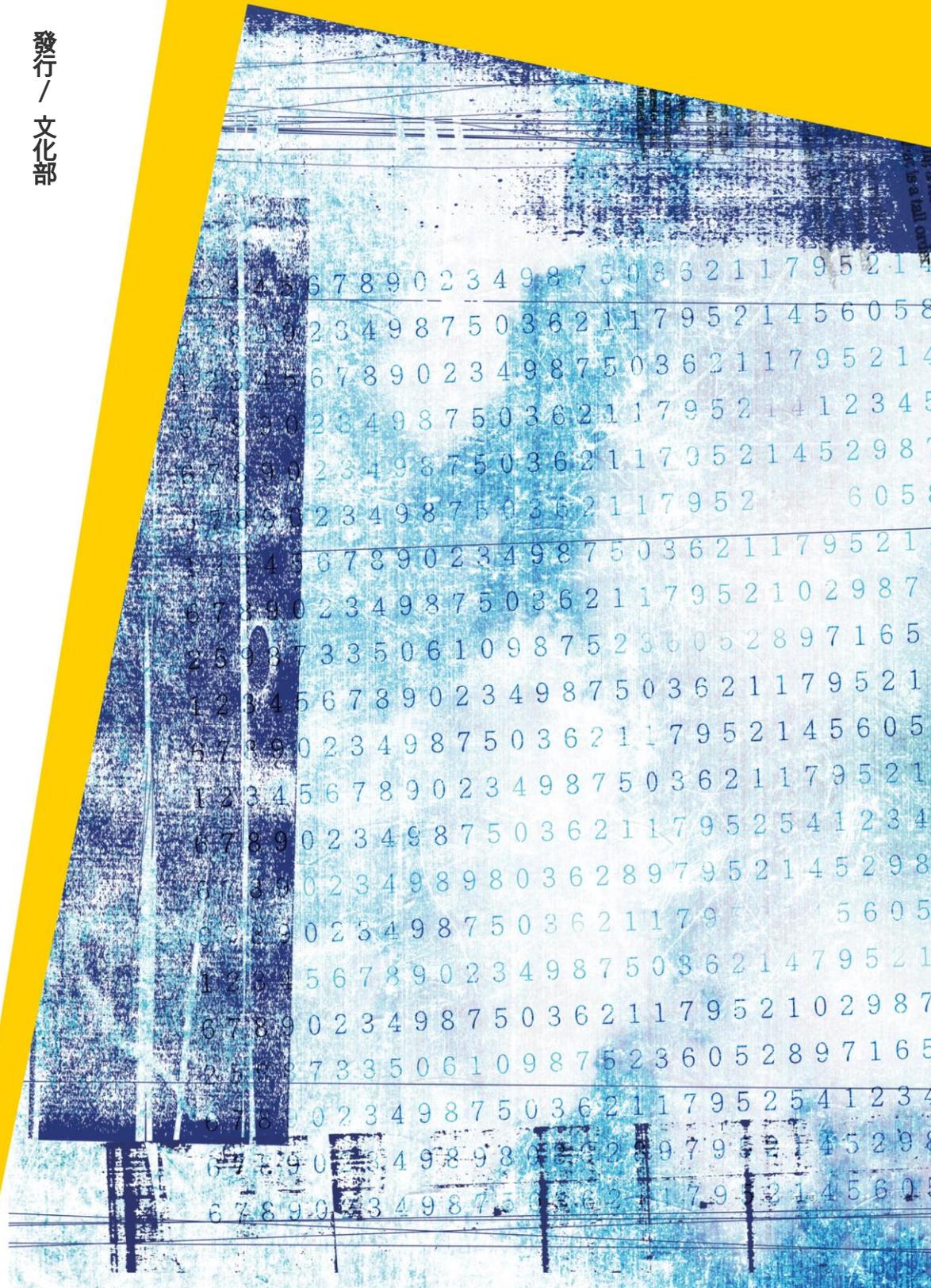
編撰 / 財團法人臺灣經濟研究院

10461 台北市德惠街 6-8 號 7 樓

電話 02-2586-5000

網址 <http://publication.tier.org.tw/>

(雙月報係受託機構之觀點，不應引申為文化部之意見)



本期目錄

第壹部分、文創次產業國內外市場動態之專題分析	7
一、中國大陸視頻網站自製節目發展概況	7
二、文創次產業市場動態之專題分析—群眾募資興起對流行音樂產業之影響	11
三、美國電子出版業發展趨勢	14
第貳部分、市場觀點	18
一、【電視】數位化趨勢下，資通訊服務與影視產業之應用及結合：專訪意藍科技蕭玉中副總經理	18
二、【流行音樂】串連音樂創作者夢想與現實之接點—流行音樂產業運用群募模式之興起：專訪 FlyingV 鄭光廷執行長	19
三、【出版】電子書、自助出版平台之推展與跨業合作經驗：專訪 readmoo 龐文真執行長	21
第參部分、專家論壇	24
文創工作者與城市空間和意象的修補 / 邱淑宜 教授	24
第肆部分、國家專題	29
新加坡「2025 資通訊媒體發展藍圖」下的創意產業	29
第伍部分、重要國家文化產業情勢動態	34
一、日本	34
二、韓國	37
三、中國大陸	41
四、英國	57
五、美國	61
六、新加坡	63

表目錄

表 1-1	2015 年 10 月 31 日亞馬遜電子書單日銷售資料(依書籍類型劃分) ..	15
表 5-1	日本文化產業情勢動態(10/21-12/20)	35
表 5-2	韓國文化產業情勢動態 (10/21~12/20)	38
表 5-3	中國大陸文化產業情勢動態 (10/21~12/20)	44
表 5-4	英國文化產業情勢動態(10/21~12/20)	58
表 5-5	美國文化產業情勢動態(10/21-12/20)	62
表 5-6	新加坡文化產業情勢動態(10/21~12/20)	64

圖目錄

圖 1-1 2009 年至 2015 年中國大陸網路視頻用戶概況.....	8
圖 1-2 2013 年至 2016 年中國大陸主要視頻網自製內容數量.....	9
圖 1-3 2013 年至 2016 年中國大陸主要視頻網自製內容廣告收入.....	9
圖 1-4 2015 年中國大陸主要視頻網投入產出比	10
圖 1-5 2013 下半年至 2015 上半年中國大陸主要視頻網收入.....	11
圖 4-1 現行及未來 5 年新加坡電視收視調查系統規劃	31
圖 4-2 未來新加坡全收視調查系統規劃	32

編製說明

面對國內外經濟情勢之瞬息萬變，及強化文化部國家總體文化政策規劃之能量，有必要就國內及主要國家文化與產業發展動態，進行系統且持續性之掌握及研究分析。國內外文化產業訊息及趨勢分析雙月報的定位為「文化產業脈動之訊息交流平台」。雙月報的目標是欲藉由系統性彙整國內外文化產業訊息與情勢、國際政策動態、國際文化產業現況訊息等內容分析，以提供國內關心文化產業發展之政府部門、社會團體、從業人士、研究人員、一般民眾作為參考，以協助各界掌握文化產業之脈動與趨勢發展。

雙月報對文化產業的行業範圍僅包括文化部權責相關的八項細產業為編制對象，即視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、流行音樂與文化內容產業。

雙月報的固定內容包含五大部分，包括文創次產業國內外市場動態之專題分析、市場觀點、專家論壇、國家專題、重要國家文化產業情勢動態。另外，2 月及 8 月號將包括特別專題，針對國內文創產業總體發展進行半年回顧。資料來源部分，以政府部門公開資訊及統計數據、各國公開發佈之政策文件、相關媒體報導之各國文化產業即時訊息等。

第壹部分、文創次產業國內外市場動態之專題分析

一、中國大陸視頻網站自製節目發展概況

2004年11月中國大陸第一個視頻網站—樂視網成立，隨後土豆網、優酷網、百視通、騰訊視頻及愛奇藝等視頻網亦陸續出現搶奪這塊大餅。視頻網發展至今超過十年的時間，歷經網速提升、行動裝置普及等發展，帶動消費者對影視內容消費習慣的改變，使各大視頻網在內容發展策略及商業模式皆有所突破，包含在內容發展策略方面，從過去UGC¹、版權購買等模式，跨足到PGC²、自製、合製的階段，而商業模式亦有所突破，從過去單一貼片廣告、網頁廣告收入，逐漸開發出多元營收，包含付費收看機制、電子商務、隨看即買、品牌及產品置入廣告收入等。

因此本月份電視專題，將摘錄由中國大陸中國互聯網絡信息中心歷年發佈的《中國互聯網絡發展狀況統計報告》與藝恩諮詢發佈的《2015中國網絡自製內容白皮書》、《2015年PGC產業生態研究報告》及愛奇藝《網絡視頻個人付費行業白皮書》，觀察中國大陸視頻網站最新發展趨勢。

（一）中國大陸網路視頻用戶概況

整體而言，隨著網速的提升以及行動裝置的逐漸普及，中國大陸網路視頻用戶規模近年來呈現快速成長，由2009年12月2.40億人攀升至2015年6月的4.61億人，較2014年6月4.39億人成長5.11%，其中網路視頻用戶規模佔整體網路用戶規模亦由2009年62.60%成長至2015年6月的69.10%。

整體網路視頻用戶中，手機網路視頻用戶亦有大幅成長趨勢，用戶規模自2011年12月0.80億人增加至2015年6月3.54億人，較2014年6月2.94億人成長20.61%。手機網路視頻用戶規模佔整體手機網路用戶規模方面，則由2011年12月22.50%成長至2015年6月59.70%。

¹「User Generated Content」，用戶原創內容，意指用戶端將自己原創內容上傳至網路特定平臺，提供其他用戶觀賞。

²「Professional Generated Content」，專業原創內容，意指由專業製作公司製作內容，並以視頻網站作為最主要平臺，提供用戶觀賞。

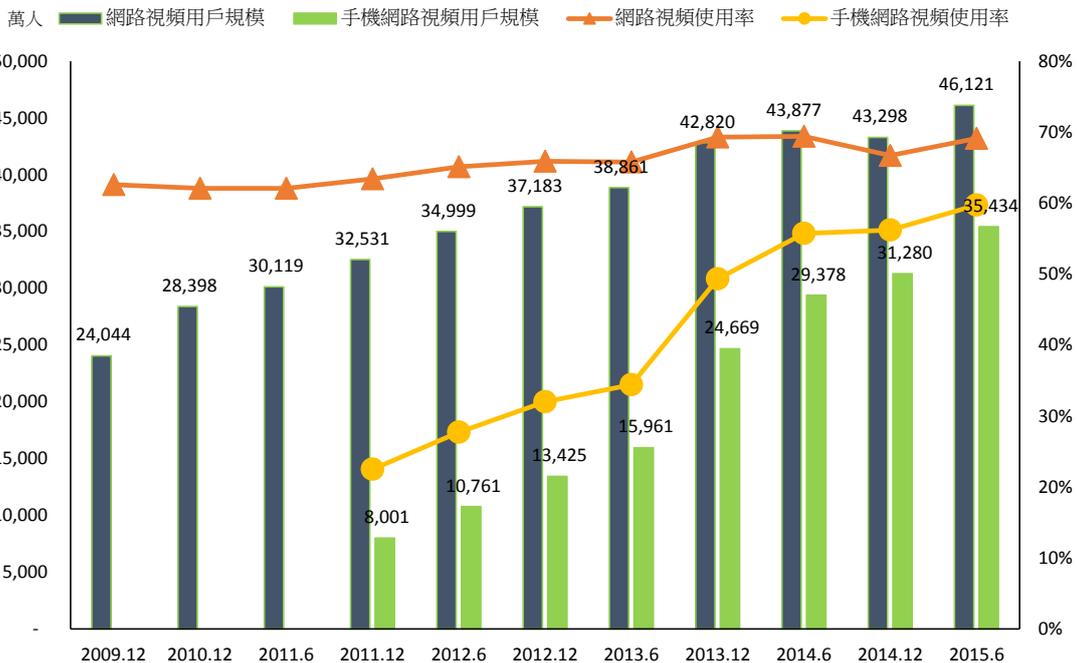


圖 1-1 2009 年至 2015 年中國大陸網路視頻用戶概況

資料來源：整理自歷年《中國互聯網發展狀況統計報告》

(二) 中國大陸視頻網自製內容概況及效益

視頻網站在發展初期，大多以貼片廣告為其主要收入來源，因此消費者點擊影視內容所產生的「播放次數」成為最重要的衡量指標。在此情況下，視頻業者對強勢內容需求的擴大，使版權價格逐年推升，提高視頻業者購片成本，迫使視頻業者逐漸朝向發展具有低成本、製作周期短以及可發展多種獲利模式等特色之自製內容策略。

中國大陸視頻網自 2006 年起紛紛投入自製內容行列，隨著大數據的應用以及各方面製作技術的逐漸到位，各大視頻網開始加大自製內容力度，並於 2014 年提出「網路自製元年」，除嘗試多元題材包含微電影、綜藝節目、音樂類型、體育內容外，PGC 的內容發展策略也逐漸受到重視。

根據藝恩諮詢發佈的《2015 中國網絡自製內容白皮書》數據指出，中國大陸主要視頻網站³自製內容自 2013 年起有顯著成長，在電視劇方面，自 2013 年 22 部成長至 2014 年 56 部，並預估 2015 年及 2016 年呈現穩定規模，分別為 57 部及 60 部；自製節目方面⁴，為打造差異化的節目內容，各大視頻網在綜藝、音樂類型等節目的投入上亦開始有擴大的趨勢，數量亦有大幅成長，從 2013 年 19 檔，成長至 2014 年 31 檔，預估 2015 年及 2016 年將分別達到 55 檔及 65 檔。

³根據藝恩諮詢《2015 中國網絡自製內容白皮書》調查之主要視頻網站包含騰訊視頻、樂視網、愛奇藝、優酷土豆及搜狐視頻等五大視頻網站。

⁴此處自製節目不含娛樂播報類、吐槽評論等常規性節目。

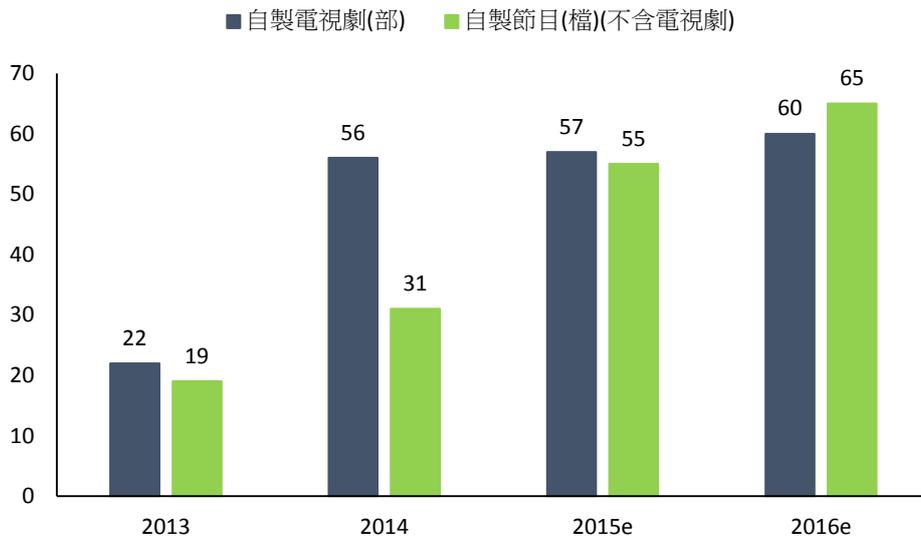


圖 1-2 2013 年至 2016 年中國大陸主要視頻網自製內容數量

資料來源：《2015 中國網絡自製內容白皮書》

自製內容的播出效益方面亦有明顯的成長趨勢，如下圖所示，自製內容廣告收入預估將從 2013 年 14 億人民幣成長至 2016 年 50 億人民幣，而自製內容廣告占整體廣告收入比重部份亦將逐年提升，由 2013 年 13.21% 成長至 2016 年 17.86%。顯示隨著自製量的逐年提升，各視頻網透過多元的置入廣告模式，確實逐步改變其營收結構比例，降低版權購買所帶來的風險。

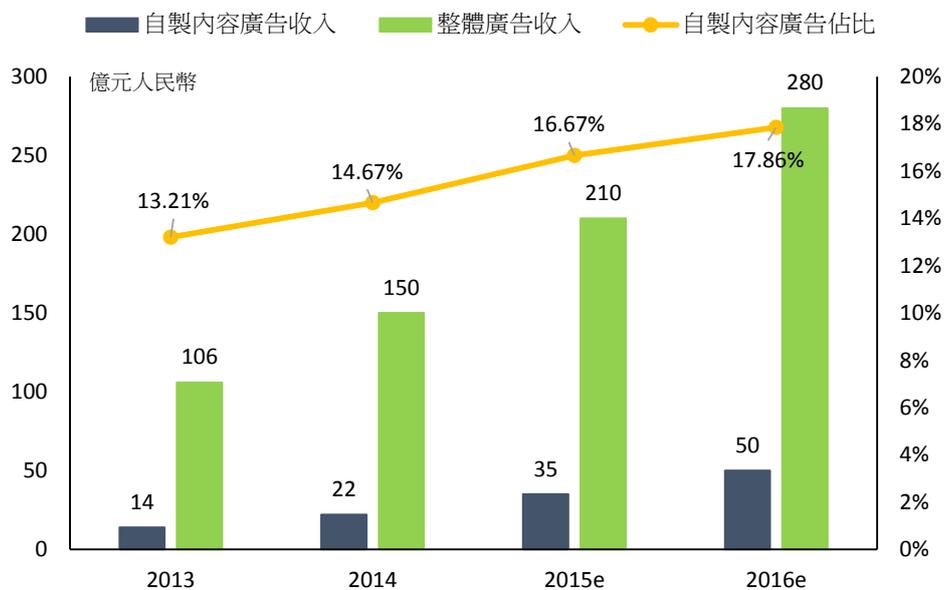


圖 1-3 2013 年至 2016 年中國大陸主要視頻網自製內容廣告收入

資料來源：《2015 中國網絡自製內容白皮書》

若以各大視頻網投入產出角度觀察，在 2015 年自製投入規模方面，以騰訊視頻的 4.2 億人民幣最高，其次則分別為愛奇藝及優酷土豆，而最早進入自製領域的樂視網則為 1.8 億人民幣；產出方面，以自製內容廣告收入為指標，其規模之排名大致與投入規模成正比。若以投入效率的投入產出比來看，每投入一單位所產生的廣告收入以騰訊視頻的 2.9 單位為最高；樂視網部份，儘管其投入及產出規模較小，但投入效率則相對愛奇藝及優酷土豆高，每投入一單位有 2.8 單位的產出。

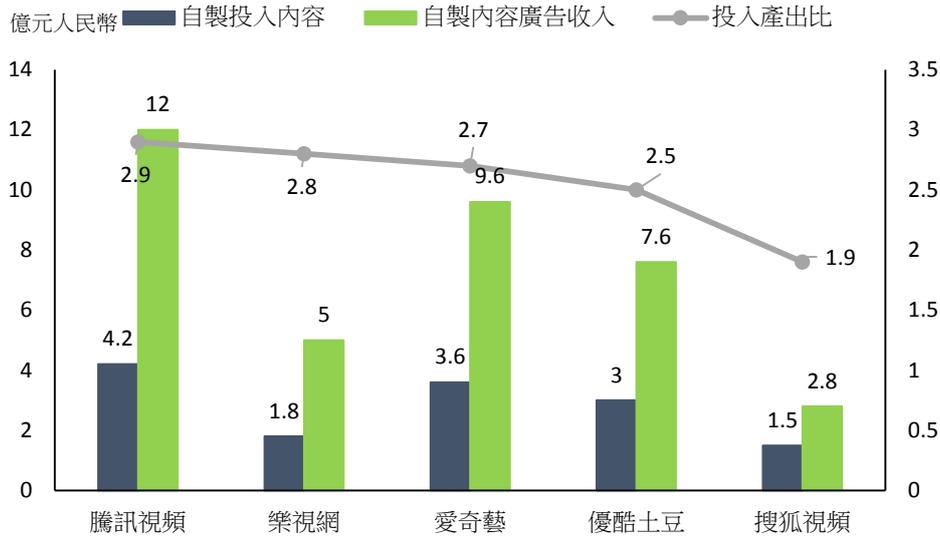


圖 1-4 2015 年中國大陸主要視頻網投入產出比

資料來源：《2015 中國網絡自製內容白皮書》

(三) 消費者付費習慣的養成

除上述在自製內容的提升帶動其他衍生性收入的增加，如置入廣告、周邊產品的開發、電子商務、內容授權等之外，隨著網路視頻用戶對影視內容的黏著度提高、相關單位打擊盜版漸有成效以及網路銀行與行動支付技術的成熟等因素促成下，優質化及差異化內容的提供，使消費者付費收看的意願有提升的趨勢，根據《2015 中國網絡自製內容白皮書》數據指出，就主要視頻網收入結構觀察，隨著用戶付費意願的提高，用戶付費收入佔視頻網總收入比重有明顯提升，自 2013 下半年的 1.09% 成長至 2015 上半年的 13.64%。

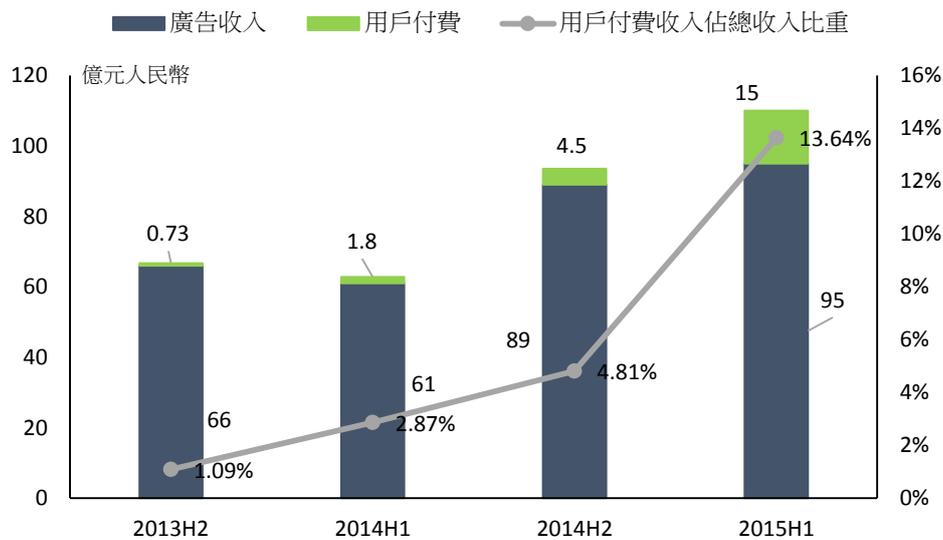


圖 1-5 2013 下半年至 2015 上半年中國大陸主要視頻網收入

資料來源：《2015 中國網絡自製內容白皮書》

我國視頻網站發展方面，目前商業模式仍多以影音內容版權購買，透過貼片廣告為主要收入，包含中華電信中華影視、遠傳電信 FriDay 影音(遠傳影城)、台灣大哥大 myVideo 及亞太電信 Gt 電視等電信商所提供的服務，與以直播服務為主的 LiveHouseIn、RC 直播等。而我國視頻網站中有從事自製內容者，目前僅酷瞧(coture)，除了一般廣告收入之外，置入廣告亦為其主要收入來源之一。

在未來，隨著海外強勢內容及平台紛紛進入，國內視頻業者應審慎思考如何跨足前端內容製作，透過與國內優質製作業者的合作，一方面培養國內製作業者產製實力，另一方面則可增加其收入來源的廣度，以與其他外來平台抗衡。

二、文創次產業市場動態之專題分析—群眾募資興起對流行音樂產業之影響

隨資通訊設備與網際網路科技發展益趨成熟，音樂經濟與消費型態亦產生重大變革，廉價甚或免費消費模式已成為當前社會大眾既定認知，實體唱片暢銷榮光景況已不復返。於當前數位傳播日新月異之時代，智慧型手機與平板電腦等行動裝置已成為即時音樂播放裝置，影音服務平台 YouTube 亦成為社會大眾獲取視聽娛樂內容之主要來源。另一方面，千禧年以降實體唱片產業顯呈衰頹態勢，首先為侵權音樂下載平台與 iTunes 橫據市場，其後以 Spotify 為首所帶動之串流服務再次改寫全球數位音樂版圖，此景況迫使蘋果於今年度宣布推出串流音樂服務 Apple Music 積極應戰，其他諸如即時通訊軟體 LINE 亦以 LINE Music 社群音樂服務平台進軍該領域，多方網路科技勢力意欲瓜分數位音樂市場商機而競爭激烈。

而消費方式急劇改變，連帶影響音樂產業源頭之創作者。音樂人由串流平台所得之分潤稀薄而不足以填彌實體唱片滯銷缺口。純粹音樂銷售已無法支撐整體產業發展，儘管大型唱片公司得改藉以經紀偶像巨星代言，舉辦演唱會與販賣週邊商品等策略擴展獲利來源，然對資金與人力相對匱乏之獨立音樂工作者而言，其處境則益顯艱困。對應當前流行音樂產業所面臨之困境，部分音樂先驅者已藉群眾募資模式另闢蹊徑，音樂專屬之群眾募資平台亦接續應運而生，替音樂工作者闢拓新興籌款途徑，進一步為音樂產業創造更多可能性。是故，針對於此，本文將概述當前全球音樂群募平台主要組成業者與其服務特色，進一步綜整該形態業者所實行之發展策略。

(一) 全球音樂群眾募資平台發展現況

(1) PledgeMusic

PledgeMusic 為音樂類群眾募資平台之代表，以「直接面對樂迷」為口號，植基於支持者參與創作之高度認同感，期許潛在參與者於了解提案宗旨與進行試聽後再行決定是否贊助，專案於達募款目標金額方進行結清動作，期間隨時可取消贊助行為。

此平台特色在其完全以「音樂」為主要內容，樂迷先行為尚未發行之專輯付款並參與製作過程，根據贊助金額差異取得不同程度回饋，一般以實體唱片簽名、未公開混音、幕後花絮特輯或 Demo 等物品為主；若贊助達一定金額則可能獲得專屬互動體驗，例如創作者致電感謝並進行音樂理念交流、或參與贊助者舉辦活動等。無論如何，資助者均可下載上架後歌曲，此亦衍變為樂團或歌手行銷新專輯方式之一。

(2) SellaBand

與一般群募平台有所差異，SellaBand 經營型態類似於小額投資模式。當創作者募資金額達五萬美元後，該平台將指派唱片公司富專業經驗之 A&R (Artists and Repertoire) 相關部門工作人員協助創作者出版唱片，同時與知名製作人共同掌理所有錄製過程。於此同時，樂迷除可獨家掌握所先前投資創作者之相關錄製過程消息外，亦將優先取得限量版音樂光碟。此外，平台將於線上提供創作者單曲片段免費下載，吸引更多人前往瀏覽下載試聽，藉由網頁點閱率吸引廣告商投入預算，並進一步透過付費下載專輯賺取收入。上述收入則由 SellaBand、創作者與贊助樂迷三方共享。

此模式協助創作者取得唱片發行資金，藉由樂迷口碑宣傳提升實體唱片銷售量，並進一步降低唱片公司發掘潛力歌手風險，而可專心致力於打造創作者後續發展。

(3) Patreon

Patreon 經營模式亦與前述兩平台有所差異。過往群眾募資平台模式為創作者發表新作品時均需重新建立募資專案，然而 Patreon 創設理念則是在於減少創意工作者募資之繁瑣行政作業，建立無提案截止日期而長期持續之募資專案。於平台上，贊助者可設定固定金額用於其所支持之創作者推行新作時自動贊助。

該平台以創作者為核心，使其得以原創作品吸引固定訂閱用戶成為贊助者，支援音樂人可專注於創作事業，並進一步長期培養樂迷。

(4) YouTube

考量當前群眾募資平台蓬勃發展，YouTube 為免創作者使用群募提案而停止於該平台更新內容，目前已於澳洲、日本、墨西哥與美國等國家推出「支持者贊助」(Fan Funding) 服務，只要影音內容提供者申請接受募資服務，即可開放社會大眾對其影音創作進行贊助。美中不足的是，根據 YouTube 目前規定，創作者僅可徵求支持者贊助其於 YouTube 所上開放之頻道與視頻，而無法明確請求支持者贊助巡迴演出等活動專案。

有鑑於音樂產業分潤日益稀薄與音樂創作人唱片發行資源匱乏，加上當前群眾募資平台蓬勃發展之景況，部分音樂工作者已開始採用群募模式尋求資金援助，促使社會大眾再度享有多元且具識別度之獨立音樂創作。而挾帶豐沛獨立創作資源及社群傳播優勢之音樂類群眾募資平台，則以提供樂迷前所未有之互動體驗策略，逐漸占有音樂產業一席之地。

(二) 音樂類群眾募資發展關鍵策略—樂迷創作參與及互動式回饋

當前主流之群眾募資平台如 PledgeMusic、SellaBand、Patreon 與 YouTube 等業者均提供不同程度社群討論功能，贊助者得以於 Facebook、論壇等社群平台上分享正在參與或關注之音樂群募專案，並可即時與好友對話、互動分享，使音樂贊助成為新奇有趣之社群活動。此外，於互動過程中，樂迷可彼此交流討論聆聽心得，音樂創作者亦可藉此得到樂迷最即時之歌曲意見回饋，進行音樂創作調整或作為日後創作發想之參考來源。

此外，群募平台另一特色在於參與者可根據贊助金額差異取得不同程度回饋，除一般性之唱片簽名、未公開幕後影音特輯或特製周邊產品外；若贊助達一定金額則可能獲得專屬互動體驗，例如創作者致電感謝並進行音樂理念交流、個別音樂教學、贊助者擔任演唱會嘉賓或進行會面等，此類積極而雙向之交流互動可有效凝聚樂迷忠誠意識與提升音樂創作認同度，進一步發揮創作者影響力。

整體而言，於音樂類提案益趨蓬勃發展之群眾募資中，近年新興之特殊贊助回饋與樂迷即時互動服務業已成為指標性發展趨勢，此為過往實體唱片與網路下載均未曾提供之全新服務體驗。儘管贊助回饋與互動交流僅為群募創作提案所提供之附屬利益，然其受用戶高度肯定與偏好之影響成效，已可視為該類募資發展關鍵之一。

借鑒於國際音樂類群眾募資發展策略，我國如 FlyingV、群募貝果與 HereO 等群募平台音樂提案亦均已強調創意回饋與即時互動之導入。而 FlyingV 更進一步與出日音樂聯手創設音樂專屬募資平台「FreeBird」，將前述概念進一步延伸至幕後製作、巡迴演出活動籌辦等產業鏈範疇，企圖打造更加多元之音樂製作環境。

三、美國電子出版業發展趨勢

2015 年 9 月，由英國圖書工業通訊組織(Book Industry Communication · BIC) 舉辦跨國研討會，邀請各國出版業者分享近況，主題涵蓋了數位出版革命、建構品牌形象、出版內容服務緊密整合的型態，以及歐洲委員會所重視的出版市場數位化等項目，其中較受矚目的是由 Publishing Technology 副執行長精闢分析美國電子出版未來趨勢。

近期美國出版業者所關注的議題，是除亞馬遜以外其他四家電子書銷售通路的國際標準書號申請比例，約介於 14% 至 25% 之間，而依美國電子書市場銷量觀察，每年未申請國際標準書號者超過 33%，尼爾森(Nielsen) 與出版商 R.R. Bowker 更指出，電子書市場上所售出，包含美國出版商協會(Association of American Publishers · AAP)1200 家出版商，和五大出版商發行的未申請國際標準書號之書籍，超過已申請國際標準書號書籍之半數。也就是說，大部分的電子書未申請國際標準書號，因而各大電子書銷售量的出版物統計存在著衡量的缺口，不管是銷售量或是各類書籍的銷售分布情形，其實際數值與目前的估計值可能會有相當大的落差。

再由電子書市場各銷售通路來看，目前亞馬遜市占率仍超過 65%，若包含獨立書店所發行未申請國際標準書號(ISBN)書籍，亞馬遜電子書銷售量達到了 74%，銷售金額佔 71%。而其餘四大電子書銷售通路，如蘋果 iBookstore、巴諾書店(Barnes & Noble)Nook、kobo US bookstore 和 Google Play 圖書之市占率總和達到 26%。四大電子書銷售通路銷售部分，個人作家獨立出版之市占率達到 32%。

(一) 趨勢一：同人小說(Fan Fiction)熱潮持續

近年讓美國出版商最感振奮的是關於數位內容傳播的發展；數位革新帶來的改變不僅限於創作格式、包裝和出售方式，也逐漸地影響讀者消費文學的習慣，培養了大批文學愛好者，世界上最大的故事閱讀與分享平台 Wattpad 擁有約 4000 萬會員，由美國地區上傳作品高達 1500 萬件，其餘較風行的國家尚有英國、菲律賓、加拿大等地。同人小說平台孕育無數素人作家，作家中許多也都是同人小說迷，社群媒體的興盛讓他們有更多的媒介與讀者溝通，因而同人小說被譽為最貼近讀者的文學創作型態。同人小說熱銷的經典事例，是現今銷售量達 1.25 億的暢銷書《格雷的五十道陰影》，該作品便是由《暮光之城》的同人小說起家。同人小說熱潮為更多的故事創作創造了條件，帶動影視相關作品推出與宣傳效果，也刺激電子商務貨幣化率⁵提升。

(二) 趨勢二：直接面對消費者 (Direct To Consumer · DTC) 的營銷模式

早在 2015 年初，美國出版商靜觀這幾年以來實體書籍銷量下跌，便意識到客戶行銷對電子書市場的重要性，業者有感於技術面追不上電子書市場發展速度，已紛紛推出客製化服務，為往後電子書市場佈局；例如五大出版商的哈珀柯林斯(HarperCollins)官

⁵貨幣化率係指，透過網站、應用程式所創造的廣告、訂閱費等獲利方式的變現速度。

方網站重新設計改版，以商務平台的面貌呈現；阿歇特出版社(Hachette Livre)結合 twitter、google+ 等社群網站信用卡、PayPal 結帳支付，與 Gumroad 線上購物車平台合作，讓虛實通路出版品快速上架。

(三) 趨勢三：有聲讀物消費迅速成長

在 2014 年初，Scribd 成為數位閱讀市場上第一位發展有聲讀物訂閱的公司，他們提供讀物書目、種類迅速擴張，急速累積讀者群，當時承諾提供 4 萬本以上的有聲書、讀到飽服務，期望媲美亞馬遜所推出的電子書閱讀每月看到飽服務(Kindle Unlimited)。而 2008 年被亞馬遜收購的 Audible，為數百萬會員開通訂閱服務，訂閱者每月以 14.95 美元(或每年 229.50 美元，可閱讀 24 本書)。在有聲書內容服務上，亞馬遜源源不斷地更新書目，提供最齊全的有聲電子書串流服務，這些會員每年平均約消費 18 本有聲書。就內容服務方面 Scribd 難以望其項背，然在費用方面 Scribd 有聲書月租費為 8.99 美元，較亞馬遜便宜許多。而 Scribd 在成功經營有聲書及言情小說忠實讀者後，察覺到內容行銷的重要性，尤其在訂閱讀者群中，觀察到言情小說迷佔絕大多數，言情小說迷的閱讀量相當龐大，與有聲書讀者群的消費型態有雷同之處，據此，Scribd 認為有聲書市場在未來仍具有發展潛力。不過，儘管 Scribd 的訂閱者雖持續增加，使用者串流量更大幅提升，但是市場觀察家也發現其訂閱者是被「讀到飽」訂閱服務所吸引，低價策略使得訂閱戶的增加並不必然相對帶來收益上的成長，再加上市場觀察家也注意到 Scribd 在其他訂閱項目價格的調漲及積極尋求拓展其他閱讀群的舉動，似乎都意味著 Scribd 目前在數位閱讀市場的相關獲利仍然有限。

表 1-1 2015 年 10 月 31 日亞馬遜電子書單日銷售資料(依書籍類型劃分)

書籍分類	前一百名暢銷書於各類叢書之單日銷售量之排名	前一百名暢銷書於各類叢書之單日銷售量	綜合指數 (最佳=100,最 差=1)	排名	與上月排名異動
文學小說	84	688	100	1	0
言情小說	115	552	80.3	2	0
驚悚、恐怖懸疑	184	378	55.2	3	0
科幻小說	382	210	30.9	4	0
非小說	639	139	20.6	5	0
青年與青少年小說	813	114	17.1	6	0
宗教與靈異	1280	79	12.1	7	0
自傳與回憶錄	1559	68	10.4	8	0
童書	1766	61	9.5	9	0
史學書籍	2372	48	7.6	10	0

書籍分類	前一百名暢銷書於各類叢書之單日銷售量之排名	前一百名暢銷書於各類叢書之單日銷售量	綜合指數 (最佳=100,最差=1)	排名	與上月排名異動
同性、雙性和跨性別書籍	2516	46	7.3	11	2
健康、塑身與飲食控制	2716	43	6.9	12	0
財經商業雜誌	3004	40	6.4	13	1
勵志	3806	33	5.4	14	-3
社會科學與政治	3946	32	5.3	15	0
趣味娛樂	5880	23	4	16	0
數理科學	6783	21	3.6	17	0
育兒與親子關係經營	9150	16	3	18	0
美食、美酒和烹飪	9323	16	3	19	1
工具書、參考書籍	9578	16	2.9	20	-1
戶外運動	10398	11	2.2	21	0
居家、工藝及個人愛好	13056	8	1.9	22	0
醫療書籍	13311	8	1.8	23	1
科學、應用科技	13447	8	1.8	24	-1
藝術與攝影	13826	8	1.8	25	0
漫畫、視覺文學	15233	7	1.7	26	1
旅遊雜誌	16913	6	1.5	27	1
教育輔導書籍	18249	6	1.5	28	-2
工程與大眾運輸	28652	3	1.1	29	0
法學叢書	36327	3	1	30	0

資料來源: Kindle ebooks Market Intelligence, Category Report, Nov 2015.

(四) 趨勢四：從衝刺內容出版數量到強調優質內容的獲利模式轉變

數位內容及其平台是提供文字與圖片發表的管道，因此適合創作者在數位平台上面揮灑創意。無庸置疑地，儘管出版業的營銷模式持續轉變，出版界的主要營收來源仍然是內容，少了內容的支撐，即便有再好的行銷管道及軟體應用也無用武之地。業者深知數位科技帶來的衝擊阻擋不了大眾對好作品的偏愛，也相信好作品永遠有人買單。過去在紙本時代，出版業的獲利模式主要著重內容出版數量的衝刺，然而隨著數位內容及平

台的崛起，在人人皆可創作的情況下，出版業的營利模式則出現轉變而回歸到重質不重量的原則，期盼完善作品品質，讓好的創意透過跨業合作的方式不斷被重複利用、加值；因此，出版業也期待挖掘新創作人才，對樹立品牌形象的概念也愈加重視。畢竟要有好的作品產出，才有機會將作品推廣至虛實通路，甚至延伸到周邊商品販售。

第貳部分、市場觀點

一、【電視】數位化趨勢下，資通訊服務與影視產業之應用及結合：專訪意藍科技蕭玉中副總經理

網際網路的逐漸普及帶動相關產業的發展，尤其在影視產業方面，隨著智慧行動裝置的問世以及 4G 的普及，除便於民眾透過網路收看影視內容之外，也加深民眾對於網路影音內容的黏著度。根據資策會數據，截至 2015 年 4 月，國內 12 歲以上使用智慧型手機或平板電腦者已達到 1,604 萬人，4G 用戶數亦達到 454 萬。

順應產業的發展趨勢，由於網際網路雙向溝通的特性促成大數據(BigData)的形成，使諸多視頻網站、資訊服務商等行業，開始透過自身後台系統或網路公開資訊蒐集並分析民眾使用行為，進而回饋到包含前端製作、行銷應用等。較知名案例如美國網路隨選影音串流服務商 Netflix 所製作的《紙牌屋》，透過用戶收視行為大數據的分析來決定自製內容的走向；而中國大陸視頻網愛奇藝、優酷土豆(合一)等業者，則同樣藉由相關數據分析，預測民眾可能喜好的類型、演員、劇情等，進而推薦民眾可能喜愛的影片，在行銷成本上節省不少經費。

這類大數據分析技術使相關業者在內容創作及行銷的過程中，不再像過去單純仰賴創作者過去的經驗來創作，存在相當大的市場風險；而是能基於用戶收視資料進行相對較客觀、科學方式計算，以回饋到前端製作，降低產製風險。因應未來的產業發展，本期將以「數位化趨勢下，資通訊服務與影視產業之應用及結合」為主題，專訪國內最具代表性資訊服務商－意藍科技股份有限公司的蕭玉中副總經理。

(一) 意藍科技主要業務

2008 年美國總統大選，歐巴馬陣營成功透過網路大數據資料的分析，進行宣傳並預測其支持度，成功打贏選戰。在這樣的啟發下，配合 ICT、數位分析技術的逐漸成熟，促成意藍科技的出現。公司主要業務為協助品牌客戶，針對網路上各平台輿論，包含聯合、中時、頻果日報等電子新聞平台、Mobile01、卡提諾王國、BabyHome 等討論區、PTT、Youtube、Facebook 等社群平臺以及痞客邦、yam 天空部落等部落格，透過網路文字資料的處理，針對特定議題、關鍵字、評價等進行語意分析，提供客戶相關資料以達到更有效率的行銷資源配置。

(二) 資通訊服務與影視業者之應用與成功案例

蕭玉中副總指出，在與影視業者合作案例部份，大致分為兩方面。其一，與即時製播影視業者合作方面，過去這類業者會於當天節目播出完畢後，即時透過電話民調方式瞭解民眾對於劇情滿意度，以決定隔天劇本調整方向。不過隨著行動裝置及網路的普及，

消費者與網路上輿論的便利性提高，語意分析的技術在某種程度上能夠取代上述傳統電訪的方式，使其不僅能節省人力成本，更能達到精準調查的目的。

另一方面，意藍科技目前也與屬於公廣集團的公共電視合作，從今年第二季開始，透過語意分析方式，針對旗下主力節目如電視劇及綜藝節目進行觀測，瞭解消費者對於其所製播節目之品質滿意度、知名度等感受，以決定下一波可能搭配、合作、製播的節目類型。

（三）資通訊服務與影視業者應用之限制

另外，蕭副總也提到，目前語意分析技術在與影視業者結合部份仍存在幾個先天上的限制性，包含：1.網路族群年齡層分布為 12-55 歲，與我國電視劇主要觀眾為高年齡層有些微差距，也因此高年齡層於網路上之觸及程度相對較低，因此意見亦相對被稀釋；2.由於語意分析所取得之數據為公開資料，且受限於個資法問題，因此缺乏人口相關變項，目前僅能瞭解其大概族群分布狀況；3.口碑來源主要為社會上較願意表達意見者，因此相對缺乏社會中相對較沉默者之樣本。

（四）未來發展機會

有鑒於美國網路隨選影音串流服務商 Netflix、中國大陸視頻網等透過後台系統蒐集並分析用戶收視資訊，進而回饋到前端製作的做法確實有效的降低其市場風險；在我國廣告業者方面，也開始與相關資訊服務商合作，透過語意分析瞭解相關藝人於網路上的評價、族群、受喜愛之理由等面向，藉由選角達到投資報酬率最高化的目的。因此在未來，隨著大數據分析技術的逐漸成熟以及 ICT 等資訊服務的普及，將對我國影視業者包含在前端製作及行銷階段有相當大的助益。

二、【流行音樂】串連音樂創作者夢想與現實之接點—流行音樂產業運用群眾募資模式之興起：專訪 FlyingV 鄭光廷執行長

人類生活與經濟型態伴隨著資訊技術創新與科技應用發展而呈現全新樣貌，亦顛覆部分產業之既定型態與商業模式。過往以實體商品販售與大型唱片製作公司為主之傳統產銷型態，隨數位時代來臨，已逐漸為群眾募資、社群媒體平台等新型應用功能之電子商務模式所取代，預期於未來亦將扮演更重要之角色。然而，面對群眾募資應用案例續增與平台功能持續變革之發展態勢下，台灣流行音樂產業導入群眾募資模式之益處為何，其成功要件、未來後續發展又是為何？本期專訪 FlyingV 執行長鄭光廷先生，以進一步了解數位通訊時代來臨後之流行音樂產業發展與未來可能走向。

（一）使用群眾募資平台之益處

（1）取得所需資金與測試市場

鄭光廷執行長指出採用群募模式之音樂創作者以音樂素人與獨立樂團型態居多，創作初期對於消費市場需求較為陌生且流動資金偏低，而募資平台則有效解決了其所面臨之資源限制。過往音樂製作流程依序為詞曲創作、錄音配唱與行銷宣傳等一系列繁複流程；然於募資平台上則為創作者以初期音樂構思試驗作品進行提案，使參與者得以了解其音樂理念與作品風格並進行互動交流，其後創作者可根據回饋意見再度優化創作或直接取得群募資金進行唱片發行、辦理演唱會、參與音樂節...等。該型態趨勢不僅解決了創作者市場調查難題，更進一步協助其克服資金來源不足，以及目標族群定位錯誤而導致宣傳無效與銷量慘澹等問題，也讓音樂製作與活動，不只有資源、成本的投入，更可以透過平台的互動交流獲得調整、突破的啟發。

(2) 獲得社會大眾與媒體關注

此外，當音樂人將其創作與專案宣傳資訊刊登於群募平台系統上時，即可視為商品行銷策略應用。一旦平台瀏覽者認同其創作理念，或將參與該募資專案與進行社群媒體宣傳，進一步達成口碑行銷效益。而群募平台於認可專案商品發展潛力時，亦將協助其爭取曝光管道與提供相關人士交流機會，以獲得媒體與社會大眾之關注而加速達成募資目標。

募資對象的第一批贊助者通常是鐵粉，也就是原來社群經營的對象，透過募資行動了解粉絲的支持度、確認粉絲基礎；第二批贊助者是募資行動透過臉書、Youtube 分享後被認同而支持的對象，算是由第一批鐵粉所擴散出去的，對於募資者而言，第二批贊助者已是一種突破；第三批贊助者則是進一步透過活動、宣傳所吸引的支持對象。

(二) 募資成功要件

(1) 確認創作定位與目標族群

鄭執行長認為於專案上架前，創作者應先行就目標族群、募資金額設定與相關意見調查等面向著手，除了解潛在贊助者樣貌，亦藉由開放式問題進行集思廣益，鎖定特定族群構思可吸引其目光之作法與亮點，進一步提升專案成功機率。

(2) 社群網絡經營

群眾募資平台最重要特色之一，即為現有專案參與人數多寡將成為潛在參與者是否響應參考依據。因此如何於第一時間創造吸引眾人目光之募資數量，吸引第二批、第三批贊助者陸續加入；並提供新聞題材予相關媒體廣加宣傳，可視為募資專案是否成功關鍵，而透過社群網絡平台（如 Facebook、部落格與個人網誌等）、投放廣告與論壇發文等方式，或將有效吸引資訊接收者進一步加入募資專案。

(3) 故事行銷策略運用

音樂的喜好是主觀的、相對於其他募資商品而言，不容易比較規格。群眾募資為提案者與群眾互動之過程，音樂創作者若欲藉由群眾募資平台進行募資，建議其需製作易於理解之宣傳短片，便於潛在參與者容易觀賞與理解創作者提案。於提案前，創業者首

先要思考作品與消費者如何產生聯結，可採用故事敘述模式傳達理念予消費者、投資人，表達其募資之緣起、宗旨所在，並可適時加入公益元素，提升專案參與者社會回饋感。

（三）群募成功後續發展

群募音樂專案成功表示創作可為社會大眾所接受且具備一定目標族群樂迷，因此可考量進行後續展演活動與周邊商品發售規劃，而群募平台亦可再度作為未來推廣通路。惟需謹慎思考其商品定位與定價是否可為消費者所接受，其形象亦需維持一致性而避免流失基礎市場客群。

（四）我國流行音樂產業之政策建議

過往政府競賽或補助主要以專業評審針對申請者計畫書與商品進行評估，缺乏市場測試評估機制，或將降低創作獎勵之有效性與價值性。因此鄭執行長建議政府可導入群眾募資概念，聯結原有專業評估機制，進一步給予通過群募考驗之創作提案加碼補助，以提升政府補助案市場能見度與專案未來發展規模。

三、【出版】電子書、自助出版平台之推展與跨業合作經驗： 專訪 readmoo 龐文真執行長

數位出版(或數位內容)是目前政府積極推行的一項業別，政府期盼藉由鼓勵業者投入數位出版市場的各项獎勵措施，培育、挖掘創作人才，讓創意與電子商務結合，協助出版業轉型升級。近年數位出版業進展迅速，諸如旺旺、udn、風傳媒等大型新聞媒體相繼跨足數位出版，導致原有數位出版業者倍感壓力而積極尋求跨業合作，希望藉由資源互補進一步提升市場競爭能力與擴增消費群眾，使該產業發展與過往呈現截然不同的面貌。本期我們邀請了數位出版平台 Readmoo 龐文真執行長，與我們分享電子書市場推展近況，與發展自助出版平台及跨業合作經驗，以了解當前出版產業概況與未來發展。

（一）跨業的虛實合作模式

在創新應用的跨業合作方面，目前 Readmoo 的重心在 B2C(Business to Consumer) 的範圍，以往也與許多出版社做過許多紙本書加上電子書的行銷案子⁶。最近也開始與實體的獨立書店合作，龐文真認為獨立書店具備一定的選書品味和服務在地商圈的特質與 Readmoo 相近，故 Readmoo 電子書與獨立書店跨業合作，希望能做到紙書和電子書相輔相成以服務愛閱讀的 hybrid 讀者。Readmoo 今年與唐山書店合作講座、筆記書 / 電子書詩集，希望在明年能促成更多其他獨立書店的合作。

另一方面，Readmoo 與 KKlabs (凱風卡瑪) 合作嘗試運用室內定位技術，於咖啡館等場域中運用 iBeacon 技術，提供電子書隨身閱讀服務。使用者得於 iBeacon 佈建地

⁶ 參考：《電子書如何與紙書共存共榮》。

點透過個人智慧型裝置接收針對活動地點精心設計之推薦書單，且能隨即免費試閱。透過 SPOT Beacon，不同咖啡店可針對其屬性量身訂做特色書單，使讀者於不同場域與好書相遇。惟因我國消費者目前仍對藍芽開啟與 APP 下載有所疑慮，當前該業務發展障礙尚待進一步突破。

(二) 數位內容之推展障礙

(1) 集群式分析應用、多方位人才之需求

以過去新聞或實體書出版產業為例，草創時期的辦公大樓租賃、印刷及人員編制、書籍訂閱、配送等，投注的成本高，在累積讀者群及知名度後，隨之而來的廣告收益才可用以挹注各項支出，惟當時部分媒體獲政府扶植，且家數相對少。而目前的情況是，個別業者讓大眾認識的媒介不再侷限於報紙，以往有送報生遞送報章雜誌，現幾乎被網路、臉書等取代，資訊傳遞成本極低，事務性工作也被科技應用汰換，現在幾個人，就能以較少的資金成立一間公司，展開數位媒體（內容）的經營活動，但相對的也面臨競爭者更多，相互較勁更形激烈的情形。

然而，數位媒體（內容、閱讀）等新創公司，並無實體商品販售，也難有具體營收。新興數位內容業者即便努力經營，獲得高流量，流量是否能帶來足夠的廣告收入來支撐所有人力成本、資訊成本、雲端成本，乃至於最後獲利？均有待商榷。有些新興數位內容業者於成立初期，還需花錢買廣告來爭取曝光（能見度），台灣至今未有以新創數位內容而成功的典範。

目前經營數位內容所遭遇之困難，主要不在於內容人才的欠缺，內容創意人才固然是本業所必需，然軟體技術、資訊方面的人才，更是產業目前迫切需要的。進一步來說，資訊人員除具備程式能力，能針對特殊應用需求，靈活運用排程系統讓內容快速上稿之外，還需熟悉內容行銷，能夠找到關注特定議題的網友，因此所需要的資訊技術人才，除了網站前後台技術、App 大大小小事情、還要能理解臉書、Instagram、Google 等些平台背後的演算法，做好程式的串接或擴延數位內容的效力，關鍵字和 SEO 需不斷更新、調整...，盡可能地做到精準行銷。可惜的是，資訊人才卻未必第一時間想到會到數位閱讀產業發展，這是目前面臨的較大難題。事實上，在數位的世界裡，產業所期待的人才不是僅限於某一方面的專才，而是能融合多方面知識的 π 人才⁷。

(2) 法規面要有更完善的配套措施

龐執行長認為政府還能夠支持的，是建立更便捷和完善的法規，尤其對數位出版業者最直接影響的電子發票服務及對虛擬通路所課徵之稅賦。每一本電子書售出，都需開發票。若新創業者不能開電子發票，需手動開發票再郵寄，即便讀者選擇捐贈發票，也要開出發票，全部一起郵寄給受贈單位。Readmoo 初期是手開發票，一直到後來申請核准開立電子發票，到尋找第三方支付業者來做電子發票，手續繁複及衍生的種種成本、限制，都是阻礙數位閱讀產業發展的因素之一。

⁷ π 人才：具有橫向溝通整合能力，除了一項專才外，還有第二專長。

(3) 完善網路基礎設施環境，讓數位閱讀成為風氣

台灣網路基礎建設不夠完備，也是執行長認為在推展數位閱讀的一項阻礙，有感於網路速度緩慢，擔心讀者於點擊下載電子書時誤認為電子書無法順利載入，Readmoo 在使用者介面上需有更多考量，需增加圖示或說明來提醒消費者下載進度。然而在日本和韓國，這些網路可能緩慢的圖示和離線瀏覽功能，都是多餘的，這些都是為因應網路緩慢而徒增的設計，如果網路不快，行動載具的閱讀是不能成立的，數位閱讀是根本不可能發生的。

Readmoo 電子書服務一向以國際共通的 EPUB 規格為主，加上自應式網頁設計，期待即使科技不斷演進，任何大大小小的載具都能順利買電子書和看電子書。網站上的頁面內容和電子書都會隨著不同的螢幕大小、螢幕解析度，自動優化排列。讀者在閱讀電子書時若將字體放大或縮小，文字內容也會自動重排。因應滑手機已是普遍現象，Readmoo 的電子書除了翻頁閱讀外，也可捲動式滑動閱讀，十分受到好評。在電子書的閱讀外，Readmoo 最近推出分享書服務，協助愛閱讀的網友管理自己紙本書、電子書的閱讀記錄，同時也可製作書單、撰寫書評、分享畫線註記，創造閱讀社團，讓讀者在各大書店的排行榜外，看到一般閱讀者的品味，並進一步發現其他書籍。

(三) 自助平台推展構想與政策建議

數位內容之推展過程中，除集群式分析應用人才需求、法規上應有更完善的機制及完備的網路基礎建設外，就政府所重視的培育創作人才方面，執行長則認為不一定必須由政府來主導。創作人才的培育，應從教育系統、從小開始培養，這樣才會有千千萬萬個好作品。Readmoo 在電子書閱讀服務外，因為一直接收到許多來自世界各地的作者投稿，因而也開發了自助平台，除了期望吸引更多素人作家投稿外，還搭配創作課程，從實體講座到線上的虛擬課程，協助有心創作的人完成第一本小說(創作)。Readmoo 期待自助平台以資訊技術力來解決人工篩選、編輯等繁雜流程，以網友的喜好挖掘深具創作潛力的新星。執行長另舉美國亞馬遜為例強調，即使五大出版社都願意提供 EP 同步新書，然亞馬遜電子書市場的整體營收中，來自於自助出版作品的營收是相當高的；在亞馬遜推出讀到飽服務之後，自助作家也都願意跟亞馬遜合作，加入吃到飽服務。

而台灣缺乏自助出版到電子書的完整服務平台，若政府能夠施以協助，應戮力推動自助出版平台的發展，像中國大陸晉江、起點文學等原創小說平台，經大量網友點評批沙撿金，挑出的好作品粉絲也會大加宣傳，進而發展出影視多元授權的商業模式。當然 Readmoo 的自助平台憤創 (Writemoo) 必須要先做好，作家與讀者才能順利使用，Writemoo 才剛起步，仍須加強，待使用量增加、知名度提高，才能發揮真正的影響力。

第參部分、專家論壇

文創工作者與城市空間和意象的修補 / 邱淑宜 教授

【作者簡介】

作者現為國立東華大學藝術創意產業助理教授，專長為創意城市、文化創意產業研究、社會階級與創意能力研究、創意伙伴人才培育機制的實踐。

文化和創意，在日趨激烈的全球化經濟競爭中，被視為新型態的資本、競爭力的核心動能，以及經濟創新和科技發展的明星元素(Leadbeater, 2000; Pratt, 2010; Seltzer & Bentley, 1999)。因此，在 Florida (2002)的「新創意地理學」3Ts 論述⁸中，創意人才的群聚與否，決定某些區域的興起或衰落；文創工作者⁹ (又稱文化意義上的創意人才 culturally creative people) 被定義為創意階級之創意核心群中的波西米亞族群，作為城市的包容性和開放性的指標，並被期待作為營造城市的酷魅力與吸引力的動力，進而吸引更多其他創意階級的群聚。另一方面，文創工作者在 Landry(2000)的創意城市打造工具中，則扮演創意氛圍的基因碼、城市空間的改革者，為破舊的城市空間帶來生氣，創造新的都市建設和生活形態，也為昔日舊工業區注入文化創意的象徵工具，以打造城市品牌。

以 Florida 和 Landry 為核心的創意城市發展論述，儼然成為全球城市治理者奉行的寶典和教戰手冊，透過全球性出版、國際研討會、國際性組織、網絡和研究中心，散播到全球各地，並透過各地方政策制訂者和學者的轉譯、引用和討論，變成一種震宇性和標準化的「新」發展模式。對於這樣「制式化」與「簡化」的創意城市策略，Ponzini 和 Rossi(2010, p. 1040)指出：對於政策制訂者，這就像是「及時可用手冊」(ready-to-use handbooks)、或標準化的場所行銷模式(normative place marketing model)，例如企圖使用各種的城市創意及生活品質的指標(quality of life indicators)，來顯示與評估城市在吸引創意人才與創意產業上的優勢與不足，並據此進行城市的再生、行銷城市象徵與意向、重塑場所的文化氛圍與設施。這樣的論述企圖傳遞著「進步」與「希望」的訊息 (message of hope) (Krätke, 2010)，作為「新」都市發展戰略和解藥。

⁸ Florida(2002)提出建構創意城市需要具備 3Ts 條件 -科技(Technology)、人才(Talent)和包容(Tolerance)，在創意經濟地理學的趨勢下，創意人才和創投資金將高度匯集於創意城市，享有豐碩的創意經濟果實，例如：創造大量的創新和高科技產業成長，以及形成地區就業和人口型態的多樣性。

⁹ 包含的職業：作家、設計師、音樂家和作曲人、演員和導演、工藝藝術家、畫家、雕刻家、藝術版畫家、攝影師、舞蹈家、藝術家、表演者及其相關工作者(Florida, 2005, p. 118)。

Florida 和 Landry 為核心的創意城市論述在台灣風靡的程度，如王佳煌(2010, pp. 154-155)指出，其「流行名家的譯作洛陽紙貴，被政治人物與部分學界奉若聖經，甚至邀來台灣傳道」。例如：臺北城市競爭力的評比尺度-「健康、生態、文化與創意」即是參考 Florida 的創意城市評比指標(劉維公, 2010)。而 Landry 在 2012 年受聘為臺北市政府的創意空間策略諮詢顧問，協助臺北推動「創意城市」。然而，臺北市在追隨這股創意城市和文化創意產業的熱潮中，已經浮現許多負面或潛藏的陷阱和危機，卻鮮少有批判性和實證性的研究來檢討這樣的現象。如王佳煌(2010)以「拿來主義」來比喻國內的相關論著「缺乏理論與批判性思考」，只要國外學界與政府流行某種概念與發展策略，國內從政府到學界就「拿來」直接套用在政策建議或是論述上。基於上述的反省，本文將針對文創工作者在臺北市發展文創產業和創意城市的政策脈絡下，反思其所扮演的角色和面臨的困境，文中所使用的部分田野資料已發表在相關學術期刊¹⁰。

一、文創工作者是文化創意象徵和生產的勞工？

為行銷城市意象，臺北市政府在 2015 年規劃舉辦 42 場藝文節慶活動(臺北市政府觀光傳播局, 2015)。而文創工作者被期待化身為 Landry(2000)所說的：改革者和新動力，作為形塑臺北市成為創意城市的實踐者。然而在現實中，文創工作者卻像是披著光鮮亮麗外衣的「藝勞」或是「臨時文化工人」，如藝評人王嘉驥(2003)指出：諸多的藝文活動和經費，讓政府成為最大「文化業主兼發包商」，因此藝術家創業以謀生成為新氣象，藝壇赫然出現各式各樣的藝術協會/聯盟/工作室/策劃公司，藝術工作者有的成了專門競標與承攬政府文化藝術工程案的工頭或領班，其餘大多則成為前者旗下的藝勞，或是靠官方外包案或委託案打工過日的臨時文化工人。

文創工作者，也被企業作為中產階級品味的象徵的工具。在臺北市，以某基金會所舉辦的「粉樂町臺北東區當代藝術展」和某建設公司的「明日博物館」，最具代表性。粉樂町的特色，如劉維公(2010)形容：粉樂町重塑東區的巷弄美學，攪拌出東區的新活力。其所創造的文化、消費和行銷概念，如王嘉驥(2002)形容：它與東區商圈的中產階級關係緊密結合，自然地被東區的空間與藝術愛好者吸收並接受。在粉樂町的案例中，當代藝術家被基金會和商家，作為修補東區商圈的文化創意形象的象徵工具，以建立中產階級所喜愛的都市生活美學和消費文化。當代藝術家則以廉價或無償的方式，獲取短暫且臨時的展演機會。或許也如王嘉驥(2002)所言：「部分滿足了當代藝術家渴望被見到的創作虛榮感」。

某建設公司的「明日博物館」以遊擊式的不定期、不定點等方式，在臺北市的建案土地，舉辦不同類型的藝文展演活動，國際建築師和藝術家們，成為此建設公司最有力的文化藝術佈道使者，不僅提升其企業形象，同時也培養對企業品牌的擁護者。例如：明日博物館的第一、二檔展覽吸引約 3 萬人次參觀，客層以中產階級、知識分子居多(高宜凡, 2007)。明日博物館的藝術行銷手法，與其建案售價的關連性，根據一位建商受訪

¹⁰ 邱淑宜。(2014) 臺北市迪化街 URS 之藝術和創意轉型：誰的文化？誰的城市？，*藝術教育研究*. 28:65-98。邱淑宜、林文一(2014) 建構創意城市-台北市在政策論述上的迷思與限制，*地理學報*. 72:57-84

者指出：「他們的建案，每坪成交價都比鄰近建案至少高出 10 萬元以上，因為他們有一群忠實的貴婦粉絲團在買他們的房子」。

在文化創意行銷城市和修補空間的熱潮下，文創工作者表面上似乎獲得相對多的展演機會（尤其是市政府所舉辦的活動），以作為維持穩定創作的基礎。實質上，在本人近年的研究中發現，他們卻像是吉普賽人一樣，仍過著收入不穩定的生活，四處遷徙尋找下一個展演空間和經費。這些文創工作者被政府和企業作為文化創意象徵和生產的勞工，或是「人形立牌」一位資深藝評人點出了他們的困境。

二、文創工作者幫助衰頹街區再生？

URS 都市再生前進基地，是 2010 年臺北市都更處，「再生臺北風貌」的重點施政計畫之一。都更處(2010)基於 Landry 的創造力循環概念，鼓勵文創工作者/團體進駐 URS 空間，以藝術文化創意作為新的都市再生的驅動力。URS 的行動方案不僅止於硬體設備的改造和更新，更期待提升市民的創意和設計思考能力，如臺北市政府都市發展局(2010)強調：將以「創意/藝術/文化/設計」為觸媒，對於城市文化的「人文」與「社會現象」、「心靈感官」層次上進行更新，提高社會大眾的思考能力與創造性，讓都市再生的同時，更「新」，也更「心」。

URS 被設計作為培養街區市民的創意和設計思考能力、以及促進都市更新的交流平台，如前臺北市都更處林崇傑處長(2012)強調：「每一個 URS 都是一個都市改造的任務，也是一個創意基地、社區交流據點，更是地區永續發展的支持平台」。以迪化街的 URS44, 127, 155 為例，都更處要求進駐的文創工作者/團體舉辦藝術文化設計相關的展演活動（展覽、講座課程、座談論壇、競賽、工作坊等），期待激發/提升市民的創意和設計思考能力；引導或啟發居民的創新思維，能夠帶動迪化街新的都市再生、翻轉西區。更期待能修補/重塑迪化街的文化創意意象；進而讓 URS 的空間都成為其進駐文創團隊的孵育據點。

如此美好的願景背後，卻隱藏著排擠和取代在地原本生活風格和商家型態的危機。首先，在地居民與政策制訂者、文創工作者對於文化創意認知的落差是可預料的現象，但是當政策制訂者已經預設好的生活方式、美學品味和創意街區，URS 的文創工作者的藝術教育策略則是在傳遞和教化這種被官方認可的價值，將可能浮現 Zukin(1996)所指出的危機：新品味取代長期居民的品味，進而逐漸置換原本街區的商家和居民。當臺北市政府的政策制訂者一方面在透過藝文節慶活動倡議和彰顯那些好的生活美學和品味時，另一方面卻可能驅離和排擠迪化街長期的居民和商家，取而代之的是那些新來者（文創工作者和商家）大聲宣告自身的「純正性和新開端」（see 王志弘等人譯，2012）。

其現象如一位在地方商家的形容：「[URS]辦甚麼畫展、攝影展、cooking together，然後[來參加的是]知青、文青和貴婦，難怪在地人會冷眼旁觀」。根據本人多次參與 URS 活動的觀察，參與活動的觀眾以藝術和設計相關領域的大學生為主，其次是受過高等教育的年輕中產階級市民和遊客，在地居民相對是少數。對於仕紳化的隱憂，多數迪化街商家在受訪過程中，對臺北市政府的策略一知半解、甚至天真的期待 URS 為迪化街帶來

更多觀光客的狀況下，很有可能在 Zukin 所說的「卡布奇諾式馴化」，以及 Bourdieu(1984) 所說的：支配階級透過教育取得了文化品味的正當性的脈絡下，在溫水煮青蛙的過程中迪化街現有的居民和商家被驅趕和置換掉，取而代之的是符合官方認可的生活美學和品味的居民和商家進駐。

最後，令人沮喪的是：在如此功利且淺薄地利用藝術創意的歷程中，營造短暫、儀式化的愉悅和創意氛圍，不斷地灌輸一種正面的價值信仰，隱藏都市仕紳化和文化排擠的負面影響的限制下，藝術教育工作者和文創工作者很可能在不自覺的過程中，成為公部門以透過藝術教育去標示、強化階級差異和帶動街區仕紳化的幫手。

三、結語

當發展文化創意產業被行政院列為關鍵新興產業，競逐創意城市的排名也成為臺北市政府近年的城市發展策略；相較於此，文創工作者的培育與永續發展似乎是沒有被放在對等的重要位置。本人的工作既是文創工作者、文創產業研究者、也參與在文創人才的培育，希望能藉由本文替文創工作者發聲，關照他們所面臨的悲歌：淪為空間奇觀下的奇異工作者，並以廉價或無償的方式，獲得短暫且臨時的展演機會，四處遊移在都市之中。當他們成為某些街區仕紳化的前導者，享受短暫的鎂光燈後，或許更接受那渺茫成功率的賭注，安於低收入和不穩定，並缺乏社會保障的工作。

參考書目

- Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Mass: Harvard University Press.
- Florida, Richard. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books
- Florida, Richard. (2005). *Cities and the Creative Class*. London: Routledge.
- Krätke, Stefan. (2010). 'Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 835-853.
- Landry, Charles. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London, UK: Earthscan Publications.
- Leadbeater, Charles. (2000). *Living on Thin Air: the New Economy* London: Penguin Books.
- Ponzini, Davide , & Rossi, Ugo (2010). Becoming a Creative City: The Entrepreneurial Mayor, Network Politics and the Promise of an Urban Renaissance. *Urban Studies*, 47(5), 1037-1057.
- Pratt, Andy C. (2010). Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development A critical reading of the UK experience. *City, Culture and Society*, 1, 13-20.

- Seltzer, Kimberly, & Bentley, Tom. (1999). *The Creative Age: Knowledge and Skills for the New Economy* London: Demos.
- Zukin, Sharon. (1996). Whose Culture? Whose City? In R. T. LeGates & F. Stout (Eds.), *The City Reader* (pp. 131-142). London: Routledge.
- 王志弘、王玥民、徐苔玲譯 Zukin, S. 原著. (2012). *裸城純正都市地方的生與死*. 臺北: 國家教育研究院和群學出版有限公司.
- 王佳煌. (2010). 文化／創意產業、創意階級／城市論著的批判性檢視. *思與言*, 48(1), 131-190.
- 王嘉驥. (2002). 台灣當代藝術奇觀化的審思：從「粉樂町」、「好地方」、「高雄國際貨櫃藝術節」三展談起. *典藏今藝術*, 114(3), 56-60.
- 王嘉驥. (2003). 困溺在台灣之中的台灣當代藝術. *大趨勢*, 10, 78-79.
- 林崇傑. (2012). 全球競逐下的台北都市再生實踐. *台灣建築學會會刊雜誌*, 4, 34-40.
- 高宜凡. (2007). 藝文風取代工地秀房地產興起高感度行銷. *遠見雜誌*, 256.
- 臺北市政府都市發展局. (2010). *2010 年臺北市都市發展局年報*. 臺北市: 臺北市政府都市發展局.
- 臺北市政府觀光傳播局. (2015, 2015/7/9). 觀光節慶活動行事曆. Retrieved 7/10, from http://www.travel.taipei/event/in01_4.jsp#anch_cont
- 臺北市都市更新處. (2010). 「*台北市都市再生前進基地*」推動計畫. 台北市: 台北市都市更新處.
- 劉維公. (2010). *台北市 97 年文化創意產業指標調查成果報告*. 台北市: 台北市文化局.

第肆部分、國家專題

新加坡「2025 資通訊媒體發展藍圖」下的創意產業

一、「2025 資通訊媒體發展藍圖」制定的目的及內涵

2015年8月11日新加坡媒體發展局(Media Development Authority)公布了「2025 資通訊媒體發展藍圖」(Infocomm Media 2025)，該發展藍圖是由新加坡媒體發展局委託由企業界人士組成的委員會所提出。該藍圖的目標是計畫藉由提升網路速度、發展大數據分析及發展吸引全世界的新加坡在地特色內容(local content)，使新加坡能夠對應未來社會變遷的挑戰，同時讓新加坡公民未來能夠在成為智慧國(smart nation)的願景下享受到更高品質的生活。

「2025 資通訊媒體發展藍圖」指出，該藍圖是將媒體部門相關產業的發展能夠讓新加坡公民產生足夠的能力及創新思考去應對未來社會變遷的挑戰。新加坡認為媒體部門的發展對於新加坡在對應未來社會變遷四大挑戰上具有重大意義；這四大挑戰包括：提高生產力、創造高技術就業機會、解決高齡化問題、打造團結社會。而藉由媒體部門的發展，得以讓企業的營運管理更有效率，同時可以讓其產品、內容及服務能更有效率地傳遞給顧客，因此將有助於企業生產力的提升。

因此，「2025 資通訊媒體發展藍圖」在新加坡要成為智慧國的願景下，目標要為新加坡打造一個具有全球競爭力的資通訊媒體生態系統。這個生態系統將包含五大組成：完善的資通訊媒體基礎設施、經營靈活的企業、高技術的勞動力、先進的科技、領先的研發能力。對此，「2025 資通訊媒體發展藍圖」提出未來十年資通訊媒體產業的三大發展主軸：(1)善用大數據、資通訊科技及計算科技；(2)培養及鼓勵具冒險精神及不斷實驗創新的資通訊媒體生態；(3)透過資通訊科技與人民連結。具體優先推動項目為：加強網路基礎建設、設置全國性的感測裝置網路、成立數位中心(Digital Harbour)及數位數據交易市場(Digital Marketplace)，從網路基礎建設、原始數據感測蒐集、數據分析應用，到數據交易等，建立完整的國家大數據系統。待系統建置完成之後，將有助於新加坡轉型成為數據驅動(data-driven)的經濟體。

二、新科技對於媒體/創意產業的影響

「2025 資通訊媒體發展藍圖」標列了未來將影響媒體產業發展的九大技術領域，包含大數據及分析技術(big data and analytics)、物聯網技術(Internet of Things)、認知計算和先進機器人技術(Cognitive Computing and Advanced Robotics)、未來通訊協作技術(Future Communication and Collaboration)、數位資訊安全技術(Cyber Security)、身歷其境媒體技術(Immersive Media)、移動和高度網路連結(Mobility and

Increased Connectivity))、媒體內容打破平台間自由流通限制(Media Content Break Free from Platform)、資訊通信媒體整合(Infocomm Media Convergence)。

而上述九大技術領域未來將影響新加坡媒體產業的發展；新加坡所界定的媒體產業包含六個次產業：動畫(Animation)、廣播電視(Broadcast)、電影(Film)、遊戲(Games)、互動數位媒體(Interactive Digital Media)、出版(Publishing)，這六個次產業同時也是新加坡創意產業的範疇。該報告指出，未來因網路科技的發展，將產生跨媒體經營的商業模式，而透過分析顧客消費或觀賞內容的大數據，使其得以在內容製作上能夠預先掌握及回應消費者偏好。例如美國知名的線上影音串流公司 NetFlix，過去只是一家實體的 DVD 租售店，其位處於傳統產業鏈的下游端；現在 NetFlix 則是已透過資通訊科技，而掌握了產業鏈從內容策劃、製作到流通端的價值鏈整合位置。其透過大數據分析，精準掌握觀眾收視偏好，從而使其會員數大幅增加。由此可知，隨著科技技術的發展，過去以傳播內容之不同媒體管道來區分的行業別定位，將因內容能夠自由於各平台間流通而失去行業分類的意義。

三、「2025 資通訊媒體發展藍圖」將建立收視率調查新標準

承上，由於內容未來得以在各個平台間自由流通，消費者或觀賞者得以不受時空限制而得自主選擇觀賞內容，從而未來可能在產業端產生新的跨媒體媒體經營的商業模式。據此，新加坡未來將建立新的收視率調查標準；這個新的收視率調查系統同時也將是世界上第一個集合多媒體平台的全國視聽眾調查標準。

現行對於新加坡視聽眾調查的方式，是由新加坡最大電視台-新加坡新傳媒集團(MediaCorp)所負責，透過觀測免費頻道的收視戶來調查。而隨著收視平台的多元化，傳統透過觀測收看固定節目播出時段的電視收視戶，其樣本已越來越難有代表性，其調查結果難以有效衡量觀眾的收視偏好。因此，新加坡媒體發展管理局(MDA)預計在未來五年，將與廣播電視業者合作，設定一套新的衡量收視率標準。未來短期之內，在新的新加坡電視收視調查系統(Singapore Television Audience Measurement, SG-TAM)所蒐集的收視戶數據來源中，將包括三大播送系統：新傳媒集團(MediaCorp)、有線電視星和視界(StarHub TV)、網路付費電視佳樂台(Singtel TV)的收視戶情況，調查樣本將超過 1,000 個家戶。同時，未來五年內，將進一步納入使用智慧手機或數位移動裝置(例如平板電腦等)來觀看影音內容的收視者的調查樣本。

目前新加坡媒體發展管理局已於今年 5 月委託市場調查公司 GfK，依據上述「2025 資通訊媒體發展藍圖」建議，為新加坡制定與管理新收視率調查系統，合約為期三年，並附加兩年續簽選擇；該調查同時也會探討本地觀眾轉向非傳統媒體平臺的趨勢及速度，GfK 預計將在明年下半年公佈調查結果。¹¹ 事實上，當初新加坡媒體發展管理局在進行委外招標評選中，國際知名收視調查公司尼爾森(Nielsen)雖然也有來投標評選，但最後未能獲得勝出。而尼爾森也隨後於 10 月宣布與有線電視星和視界(StarHub TV)合作

¹¹ 〈數據分析是資通媒業發展關鍵〉，聯合早報，2015 年 8 月 12 日。

建立收視調查系統 StarHub SmarTAM，透過回路數據 (Return Path Data) 技術，545,000 個家戶的機上盒數據。

新加坡媒體發展管理局委託 GfK 所發展的新電視收視調查系統的大數據資料，未來將提供給內容所有者、內容製作者、內容播送者、廣告商來使用，或者依使用者需求，透過 GfK 公司的分析軟體進行客製化數據分析。同時，為保護個人資訊，在數據的傳遞或傳播方面，將在事前審核及許可下，有效管理及提供相關適當的數據。此外，這套新的電視收視調查系統未來也將有助於政府制定或調整廣播電視相關政策及資源配置之參考。

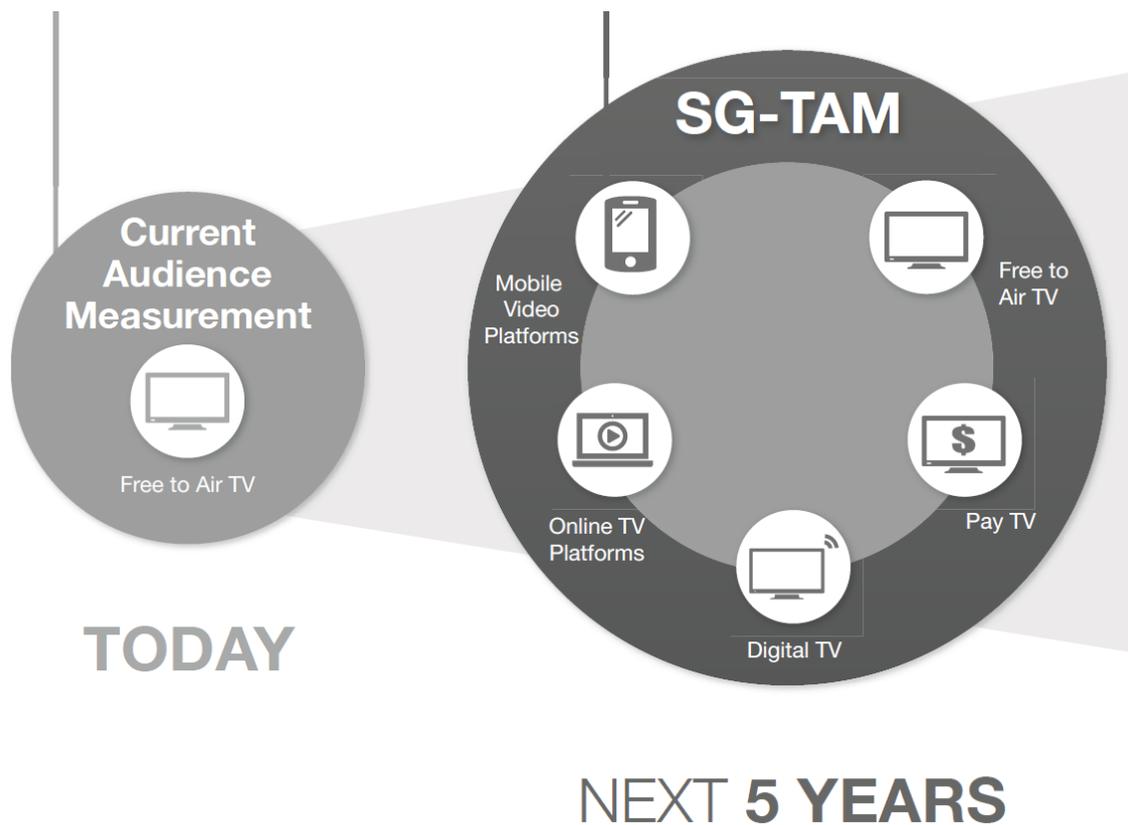
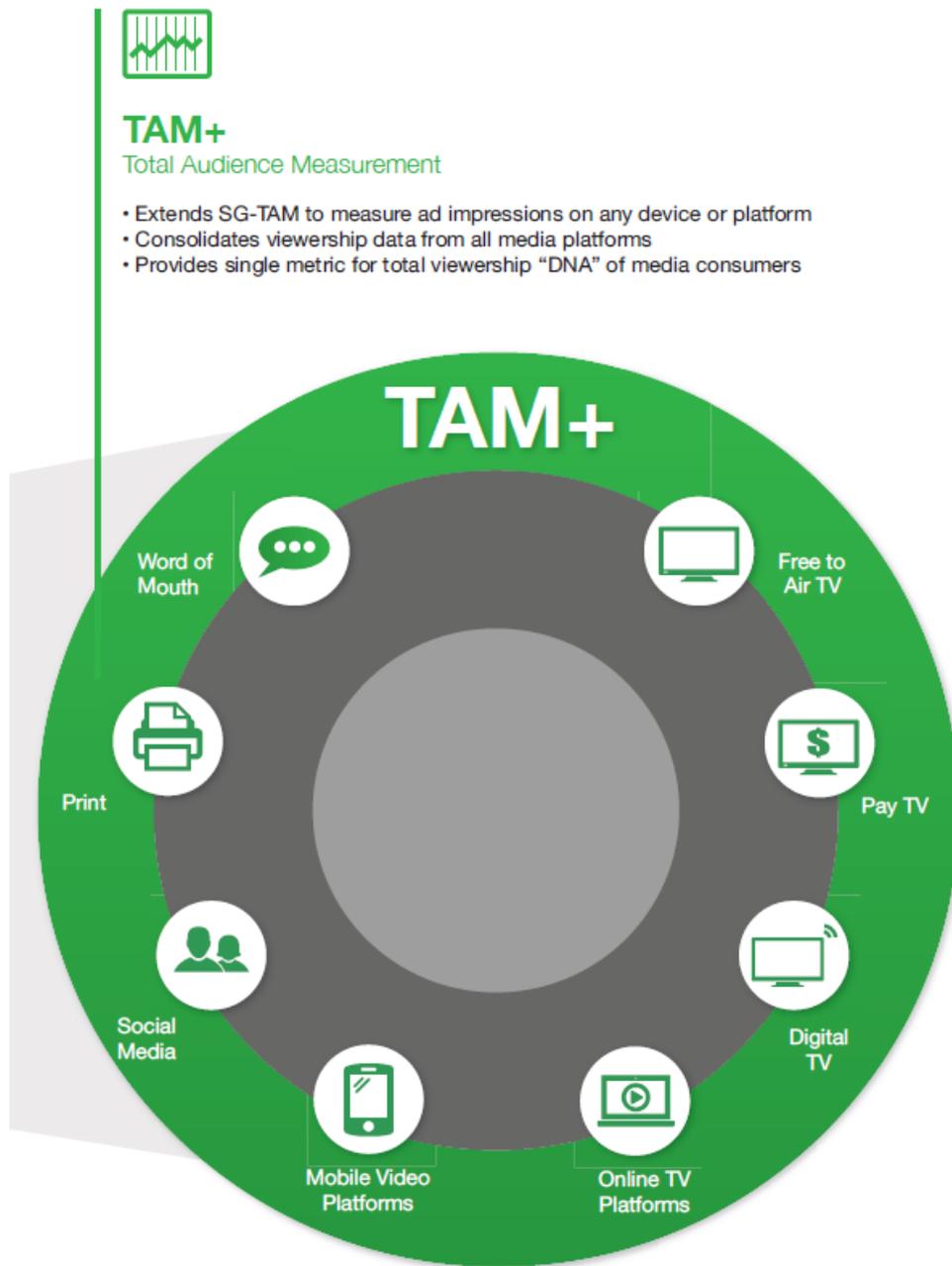


圖 4-1 現行及未來 5 年新加坡電視收視調查系統規劃

資料來源：Infocomm Media 2025, p.28.

中長期，「2025 資通訊媒體發展藍圖」也提出未來將會擴大納入所有媒體形式的內容，例如出版、電影、戶外播送平台等等，以更快且更具成本效益的方式，在新的新加坡電視收視調查系統的基礎上，建立一個更完整的全收視調查系統(Total Audience Measurement, TAM+)。



THE FUTURE

圖 4-2 未來新加坡全收視調查系統規劃

資料來源：Infocomm Media 2025, p.29.

該發展藍圖除了督促新加坡媒體發展管理局加快建立上述新的收視調查系統之外，也建議該局應該在相關補助政策中，強化對於跨媒體播放內容之製作的補助，鼓勵其應用相關大數據分析來製作其影視音內容。同時，該發展藍圖也建議內容製作業者應加快學習及運用相關網路科技及大數據分析技術，吸收及學習彼此的成功及失敗經驗。

該發展藍圖指出，未來在全收視調查系統(TAM+)建立之後，不僅有助於內容製作業者更預先理解消費市場的需求，同時也可讓企業或廣告主以更有效率及效益的方式，來決定廣告預算的投放配置。在系統持續追蹤消費者的消費購物行為及模式的協助下，企業或廣告主將能更精準及有效地定位其產品及服務提供的內容。

第五部分、重要國家文化產業情勢動態

一、日本

近兩個月(10/21-12/20)日本文化產業情勢動態，主要聚焦於觀光、出版、電影、動漫、表演藝術產業等討論上。

在觀光方面，依據日本國家旅遊局於 11 月發布的數據顯示，2015 年 1-11 月訪日遊客數為 1796 萬人，較去年同期增加 47.5%，外籍旅客在日消費金額也較去年同期增加 81%。由於日本政府近期大力推行觀光立國政策，放寬簽證發放，導致訪日的外國遊客逐年增加，如大阪市當地的酒店、旅館供不應求，遊客難訂到旅館，因此大阪商工會議希望能放寬旅館營業許可的發放限制，藉以改善遊客住宿問題。

日本政府當局決定放寬訪日旅客的消費免稅優惠，目前的免稅政策為旅客美日在每間店購買工藝品、家電、服飾與鐘錶等商品，須超過 1 萬日圓才能辦理退稅，但自 2016 年起將降至 5000 日圓。此外，購買食品、化妝品等「消耗品」可享退稅金額，也將從「5000 日圓以上」變為「滿 5000 日圓」即可辦理退稅，免稅商品的範圍從高價品擴大到消耗品等小額商品。

在動漫產業方面，日本在 2014 年立法將兒童色情物品列入禁止持有項目，但對於動漫畫含有色情內容部分，確有法律漏洞存在。近日聯合國特使布基契奧公開呼籲日本政府禁賣相關產品，其認為日本色情動漫可能會助長未成年色情行業的發展，加上起訴個案的刑罰過輕，無法產生嚇阻效果，也容易讓民眾忽視問題的嚴重性。

此外，日本動漫及創意內容「角川」集團，看準全球創意內容及動漫商機前景無限，看中馬來西亞具有多元文化與語言等優勢，因此透過其香港子公司在吉隆坡設立創意內容製作中心，作為進軍東南亞及中東動漫市場中心，以開拓擁有龐大商機的非傳統市場。

在出版業部分，日本知名書店蔦屋書店，日前更改其經營模式，建立大型複合式的書店，將「生活形態」加入商業模式，類似我國誠品書店經營模式，讓消費者在購物時因而獲得幸福感。目前在蔦屋書店購物，只需將書掃描一下即可知道此書在全國及該分店的銷售狀況，藉以快速了解消費者的消費行為，進而幫助業者企劃適合消費者的提案。

在電影產業部分，日前公布 2015 年芝加哥國際電視電影優異獎，由日本《魯蛇自拍秀：真實的日本-在 38 歲尋求獨立》(Purely Personal Documentaries: Real Japan-Finding Independence at 38)紀錄片奪得，該片以導演自身故事為題材，講述其追求導演夢多年不成，到 38 歲仍須向父母拿錢，成為俗稱「尼特族」。實際上目前日本有超過 100 萬名年輕人，是需要依靠父母供養才有辦法生活，而該片也反應出當前日本年輕人碰到社會困境的現況。

在表演藝術產業部分，福岡縣九州藝術劇場打造一座移動劇院，透過在行駛中的列車車廂內上演一齣主題為“燈”的創意劇。該場景設定意義在於將民眾司空見慣的場景，透過列車轉移到不同尋常的世界中。

此外，日本東京澀谷區國立能樂堂上演一齣「能樂」版《羅密歐與茱麗葉》。2016年適逢莎士比亞逝世400周年，而能樂是日本傳統藝術的代表之一，因此希望透過兩者的結合，讓初次觀看能樂的觀眾，能更容易理解。

表 5-1 日本文化產業情勢動態(10/21-12/20)

標題	來源	日期	中文標題
東京影展臺灣之夜 場面熱絡	中央通訊社	2015/10/21	東京影展臺灣之夜 場面熱絡
橘子攜手日手遊龍頭 GungHo 強強結盟 成立江湖桔子	今日新聞	2015/10/22	橘子攜手日手遊龍頭 GungHo 強強結盟成立江湖桔子
日本「貓咪經濟學」夯！萌翻你心又能賺錢	中時電子報	2015/10/26	日本「貓咪經濟學」夯！萌翻你心又能賺錢
日韓の芸術交流展、20回に 關係悪化よそに毎年継続	產經 News	2015/10/26	第20度日韓文化交流展 不曾因關係惡化而中止
聯合國特使批日本 縱容兒童色情動漫	Yahoo 新聞	2015/10/27	聯合國特使批日本 縱容兒童色情動漫
北九州旅 觀光パンフ好評	讀賣新聞	2015/10/29	北九州旅行 觀光手冊深受好評
ブラジル映画「ニーゼ」が2冠 東京国際映画祭が閉幕	大阪日日新聞	2015/10/31	巴西電影「尼澤」抱兩獎 東京國際電影展閉幕
柿畑でクラシック音楽、癒やし効果でおいしく	讀賣新聞	2015/10/31	柿畑的古典音樂 美味的療癒效果
臺日溫泉產業數位行銷論壇 創造無限商機	中時電子報	2015/11/1	臺日溫泉產業數位行銷論壇 創造無限商機
光が織りなす波佐見焼の歴史…立体映像で表現	讀賣新聞	2015/11/1	光影藝術呈現波佐見瓷器的歷史…立體電影呈現
村上さん小説が初電子化 12月4日に発売	大阪日日新聞	2015/11/5	村上春樹 小說首次電子化 12/4 開始發售
「kawaii」を外国人観光客にPR	NHK News	2015/11/6	向外國觀光客介紹「kawaii」文化
米アカデミー賞：候補にジブリなど日本アニメ3作品が応募	每日新聞	2015/11/6	美奧斯卡獎：發表長篇動畫入選名單日本占三名
アカデミー賞、長編アニメ部門に16作品が応募	讀賣新聞	2015/11/6	奧斯卡獎 長篇動畫16作入選
日本のマンガをタイに 新作紹介のイベント	NHK News	2015/11/7	向泰國介紹日本漫畫新作活動
フィリピンで日本文化紹介の大規模イ	NHK News	2015/11/7	對菲律賓介紹日本文化的大規

標題	來源	日期	中文標題
ベント			模活動
国内外 11 作品上演 3 月に京都国際舞台芸術祭	Yahoo Japan	2015/11/9	國內外 11 作品上演 3 月京都國際舞臺藝術祭
賣書賣風格 日本蔦屋下一步進軍家電量販業	聯合新聞	2015/11/11	賣書賣風格 日本蔦屋下一步進軍家電量販業
漫画：発売前「ワンピース」海賊版サイトに…4 容疑者逮捕	毎日新聞	2015/11/13	漫畫：發售前出現海賊王盜版網站…4 嫌疑犯被逮捕
北九州“移动剧院”出发列车内上演创意剧	朝日新聞中文網	2015/11/13	北九州“移动剧院”出发列车内上演创意剧
打撃盗版 日漫画家自設免費網站	中國時報	2015/11/17	打擊盜版 日漫畫家自設免費網站
鬼太郎やコナンの地元、まんが力結集で観光振興	讀賣新聞	2015/11/18	鬼太郎和柯南聯手 漫畫振興地方經濟
江戸川乱歩、推理の世界へ…没後 50 年の企画展	讀賣新聞	2015/11/18	江戸川亂步、推理的世界…過世後 50 年的企畫展
10 月中國訪日遊客數增至近 2 倍	日經中文網	2015/11/19	10 月中國訪日遊客數增至近 2 倍
日中文化：女性の化粧で読み解く 東北芸工大で公開講座	毎日新聞	2015/11/20	日中文化：解說女性化妝的意義東北藝大公開講座
數位科技當道 日本影視擅長多元行銷	新唐人亞太臺	2015/11/23	數位科技當道 日本影視擅長多元行銷
ストーブ列車運行開始 津軽に冬到来告げる	日本經濟新聞	2015/12/2	暖爐列車開始運行 津輕宣告冬季到來
當「羅密歐與朱麗葉」遇上日本古典能樂	日經中文網	2015/12/9	當「羅密歐與朱麗葉」遇上日本古典能樂
智歳與日本講談社合作飛行劇院 試映會登場	自由時報	2015/12/12	智歲與日本講談社合作飛行劇院 試映會登場
日本動漫及創意內容「角川」集團將進駐馬來西亞	鉅亨網	2015/12/14	日本動漫及創意內容「角川」集團將進駐馬來西亞
「世界に思想的な影響を与える 203 人」日本からは村上春樹、大前研一両氏ら 5 人選出	ZUU online	2015/12/19	對世界有影響的思想家 203 人 日佔村上春樹、大前研一等五人
人工知能を活用 学習効果高める語学サービス	NHK news	2015/12/20	人工智能活用 語言服務提高學習效果

標題	來源	日期	中文標題
京都 本願寺 恒例の「すす払い」	NHK news	2015/12/20	京都 本願寺 慣例的掃除儀式
安倍首相「15年報道写真展」を鑑賞 スポーツや災害など	毎日新聞	2015/12/20	安倍首相觀賞「15年報導照 片展」包含運動和災害都有

二、韓國

近兩個月 (10/21~12/20) 的韓國文化產業情勢動態除中韓各產業方面持續合作之外，亦包含韓國中央及地方政府對於個別產業相關扶植政策的擬定及執行、觀光產業發展現況、台韓交流以及韓國各產業發展動態等。

首先在中韓合作方面，隨著中韓自由貿易協定(FTA)的簽訂，雙方也逐漸擴大在各文創產業方面的合作，在中央政府部份，如由國家工商行政管理總局批准成立的漢唐藝術品交易所將與韓國共同推出互聯網+文化藝術品金融交易平台；另一方面，為積極推動中韓創新創業，並吸引全球創意產業、人才等，中國大陸星河集團與韓國光州信息文化產業振興院合作成立「中韓星光聯創 ICT 創造中心」；為透過中韓資本契合，促進雙方文化融合，首支中韓文化基金 SV 中韓文化—ICT 融合基金在浙江杭州成立。

在地方合作方面，為促進中國大陸重慶文化產業的發展，重慶文投集團和韓國文化產業振興院從六個面向開始展開合作，包含人才交流、影視娛樂、遊戲競技、文化科技創新、文化項目投資、文化企業媒合等，；此外中國大陸湖南政府為了進一步深化與韓國之間的合作，於 2015 年首屆湖南中韓經貿文化活動期間，產業、貿易方面以及經貿、旅遊領域等 12 個方面的韓湘合作協議。

我國與韓國亦於觀光、產業上有交流，如第三十屆「台韓觀光交流會議」於首爾舉行，雙方為落實 200 萬人次互訪目標努力；另外工藝中心與韓國工藝設計振興院簽屬雙方合作協定，共同促進工藝發展。

觀光產業發展部份，看準 K-POP 舞蹈於全球受歡迎程度，韓國政府與大型娛樂公司合作，打造 K-POP 文化城，透過專業舞蹈老師教導，吸引觀光客入韓；此外亦有旅館業者，開設 K-POP 民宿，讓來自全世界的粉絲，能夠齊聚一堂，交換偶像情報，據推測，世界韓流同好會於 2016 年入韓人數將達 4,000 萬人次，將為韓國帶來 20 兆韓元的經濟效益。

韓國旅遊發展局為提高韓國的旅遊形象以及中韓兩國的旅遊和文化交流，將「K-Smile:韓國的微笑傳向世界」定為 2016 年度韓國的旅遊宣傳口號；此外在南韓政府所推出的「2016 年經濟政策方向」中，有不少針對中國遊客的措施，包含免收中國團體遊客簽證費將延長至 2016 年年底、持續擴大大次往返簽證的簽發對象及有效期等。另一方面，據報導指出，南韓更將於 2016 年底針對中國遊客推出「韓流產業聯動簽證」。

新的簽證將旅遊、韓流、美容、休閒、文化體驗等結合，並降低對申請者經濟能力、年齡、學歷、工作等要求。持該簽證遊韓的中國遊客在免稅店購物時，若總額不超過 100 萬韓元、單件商品價格不超過 20 萬韓元，可當場享受退稅優惠等優惠措施。

相關政策推行方面，本月份特別集中在各別產業部份，包含「工藝文化產業振興法」的推行於 2015 年 11 月起開始生效；此外為了活絡電影產業發展，票房表現優異的電影片將獲得文化內容基金的投資；在出版產業方面，文化體育觀光部之圖書訂價制度實行一年後發現，當書籍訂價較原始訂價低 6.2% 情況下，前 20 名暢銷書中，有 90% 為本年度新創作內容，顯示在價格相對低的情況下，民眾對於新創作書籍有相當的需求，看準此趨勢，韓國文化體育觀光部正研擬相關訂價機制，欲將書籍訂價調降至原訂價九折，以刺激出版產業之新創內容市場。

最後在各產業發展動態部份，根據韓國文化體育觀光部最新統計指出，2015 年韓國文化內容產業總營業收入為 100 兆韓元；其中在遊戲產業方面，韓國文化內容振興院於 2015 年 10 月所發佈的「2015 年韓國遊戲白皮書」中指出，2014 年韓國遊戲市場銷售額較 2013 年度成長 2.6%，為 99,706 億韓元；較值得注意的是，隨著智慧型手機或平板電腦普及，網路漫畫(Webtoon)產業有大幅進展，根據韓國內容振興院資料顯示，2013 年網路漫畫市場規模達到 1,500 億韓元，而 KT 經濟經營研究所則推估，2015 年網路漫畫市場規模將達到 3,000 億韓元。

表 5-2 韓國文化產業情勢動態 (10/21~12/20)

標題	來源	日期	中文標題
韓國文化振興院：2015 年韓國遊戲產業將突破 10 兆韓圓！	魔方網	2015/10/23	韓國文化振興院：2015 年韓國遊戲產業將突破 10 兆韓圓！
不安集—先談文化 再談產業	中時電子報	2015/10/23	不安集—先談文化 再談產業
從「韓風吹起」看南韓文化外交軟實力	中時電子報	2015/11/2	從「韓風吹起」看南韓文化外交軟實力
湖南中韓經貿文化活動週開幕 簽署 12 個韓湘合作協議	紅網	2015/10/31	湖南中韓經貿文化活動週開幕 簽署 12 個韓湘合作協議
“韓流” “漢風” 交相輝映 中韓文化交流全面發展	香港新浪網	2015/10/28	“韓流” “漢風” 交相輝映 中韓文化交流全面發展
韓國駐港文化領事 努力建立港韓交流平台	信報財經新聞	2015/11/13	韓國駐港文化領事 努力建立港韓交流平台
中韓聯手推出互聯網+文化藝術品金融交易平台	中國新聞網	2015/10/30	中韓聯手推出互聯網+文化藝術品金融交易平台
相逢與緣分 臺韓 50 人天然染色交流展	中時電子報	2015/11/9	相逢與緣分 臺韓 50 人天然染色交流展
韓中經濟協會會長：中國的發展對韓國不是威脅而是機會	北京新浪網	2015/11/2	韓中經濟協會會長：中國的發展對韓國不是威脅而是機會
吸引觀光客！韓打造 K-POP 文化城	華視新聞	2015/11/8	吸引觀光客！韓打造 K-POP 文化城
星河 world 中韓星光聯創 ICT 創造中心開院	深圳晚報	2015/11/13	星河 world 中韓星光聯創 ICT 創造中心開院

標題	來源	日期	中文標題
「文創產業市場趨勢與中介經紀：現況與未來展望」國際論壇 國內外大師的精采對話	yam 天空新聞	2015/10/29	「文創產業市場趨勢與中介經紀：現況與未來展望」國際論壇 國內外大師的精采對話
與其競爭 不如做朋友 南韓國慶周 積極促進雙邊交流	鉅亨網	2015/10/30	與其競爭 不如做朋友 南韓國慶周 積極促進雙邊交流
“2015 中國電影節” 亮相韓國	人民網	2015/10/31	“2015 中國電影節” 亮相韓國
大好河山-----知名山水畫家夏廣怡中韓兩國書畫巡展（北京站）	鳳凰網	2015/11/3	大好河山-----知名山水畫家夏廣怡中韓兩國書畫巡展（北京站）
抗韓不如學韓！深度探究韓國如何一步一步製霸 LOL	東北網	2015/10/27	抗韓不如學韓！深度探究韓國如何一步一步製霸 LOL
韓國 Jaedam media 動漫企業宣布獲得 NCsoft 投資 15 億韓圓！	魔方網	2015/11/10	韓國 Jaedam media 動漫企業宣布獲得 NCsoft 投資 15 億韓圓！
공예문화산업 진흥법' 오늘부터 적용	뉴시스	2015/11/19	工藝文化產業振興法 今天起適用
한복문화산업 활성화'... 경북도 토론회 열어	연합뉴스	2015/11/16	韓服文化產業活化
전남정보문화진흥원, 6일 문화산업 발전전략 워크숍	전자신문	2015/11/5	全南情報文化產業振興院 文化產業發展戰略研討會
광주시, 공예문화산업 육성 조례 제정 추진	연합뉴스	2015/11/1	光州市 工藝文化產業育成條例制訂與推行
인사동·북촌 '공예클러스터' 조성...공예산업 육성	아시아경제	2015/10/26	仁寺洞. 北村 工藝產業群聚的創造 工藝產業的育成
섬유의 날' 기념식... "섬유산업, 문화창조산업으로 육성"	뉴시스	2015/11/11	"紡織日"的推動 促成紡織產業與文化創意產業的培育
삼성, 현대차, SK, LG 등 16개 그룹, 문화재단 미르(MIR FOUNDATION) 설립	전자신문	2015/10/26	三星、現代、SK、LG 等 16 家企業 合作成立 MIR 文化基金會
兩地共建重韓文化產業促進中心初步梳理出 20 餘個項目	華龍網	2015/11/17	兩地共建重韓文化產業促進中心初步梳理出 20 餘個項目
中日韓文化交流論壇溫州舉行 探討時尚文化產業	溫州網	2015/11/18	中日韓文化交流論壇溫州舉行 探討時尚文化產業
下月可在重慶看韓國「亂打秀」	臺灣新浪網	2015/11/19	下月可在重慶看韓國「亂打秀」
星光聯創亮相韓國 Gstar 遊戲展	新浪網	2015/11/16	星光聯創亮相韓國 Gstar 遊戲展
韓王牌綜藝製作人：要在華吃香先要紅透韓國	韓聯社	2015/11/17	韓王牌綜藝製作人：要在華吃香先要紅透韓國
ROAD FC 來了！攜手遊戲廠商成立格鬥遊戲聯盟	搜狐	25015/11/19	ROAD FC 來了！攜手遊戲廠商成立格鬥遊戲聯盟
한국영화 대박 행진에 문화콘텐츠 펀드 투자도 ' 흥행 날개'	한국경제	2015/11/10	受歡迎韓國電影可獲文化內容基金投資
龍華科大與韓國旅遊集團合作	Ettoday	2015/11/3	龍華科大與韓國旅遊集團合作

標題	來源	日期	中文標題
昆明旅交會上韓國旅遊宣傳新意多 將「韓國的微笑傳向世界」定為 2016 年旅遊宣傳口號	臺灣新浪網	2015/11/20	昆明旅交會上韓國旅遊宣傳新意多 將「韓國的微笑傳向世界」定為 2016 年旅遊宣傳口號
韓國最大遊戲展 2015 G Star 「雙美」搶盡風頭!	魔方網	2015/11/16	韓國最大遊戲展 2015 G Star 「雙美」搶盡風頭!
“공급률 10%포인트 올리면 출판산업이 산다”	한겨레	2015/11/19	訂價優惠 10% 可使出版產業再次蓬勃
동아시아 문자문화 페스티벌 개막	뉴시스	2015/10/28	東亞漢字文化節開幕
2015 K-힙합문화페스티벌 열린다	IT Daily	2015/11/3	2015 年 K-POP 文化節開幕
문화데이터 활용 경진대회, 다양한 분야 시상	브릿지경제	2015/10/29	文化相關數據活用競賽
子公司收購韓國 FNC22%股權 蘇寧環球欲攜韓流席捲娛樂圈	每日經濟新聞	2015/11/25	子公司收購韓國 FNC22%股權 蘇寧環球欲攜韓流席捲娛樂圈
中日韓文化部長會議收穫頗豐 簽署“青島行動計劃”	鳳凰網	2015/12/20	中日韓文化部長會議收穫頗豐 簽署“青島行動計劃”
2015 中韓文化外交研討會滬上舉行	東方網	2015/11/25	2015 中韓文化外交研討會滬上舉行
韓總領事：韓流熾熱與港人苦尋本土文化身份有關	南華早報	2015/12/3	韓總領事：韓流熾熱與港人苦尋本土文化身份有關
韓國吸引力不如日本 陸客「不想再來第二次」	天下雜誌	2015/11/25	韓國吸引力不如日本 陸客「不想再來第二次」
台韓觀光交流會議首爾召開	中央社商情網	2015/11/26	台韓觀光交流會議首爾召開
南韓劇本獲韓中投資 即將搬上銀幕	聯合新聞網	2015/12/16	南韓劇本獲韓中投資 即將搬上銀幕
韓推多項優惠吸中國客 新簽證有退稅優惠	on.cc 東網	2015/12/16	韓推多項優惠吸中國客 新簽證有退稅優惠
中韓首支文化基金在杭州成立：借資本契合實現文化融合	中國新聞網	2015/12/14	中韓首支文化基金在杭州成立：借資本契合實現文化融合
遊戲產業園出海：大廠赴韓吹起中國風	中國新聞網	2015/11/27	遊戲產業園出海：大廠赴韓吹起中國風
陳少峰：互聯網文化產業的發展趨勢是平台為王	臺灣新浪網	2015/11/26	陳少峰：互聯網文化產業的發展趨勢是平台為王
"韓"流襲全球 傳統韓食添創意	華視新聞	2015/12/5	"韓"流襲全球 傳統韓食添創意
第三屆金丹若國際微電影節西安舉行	臺灣新浪網	2015/12/18	第三屆金丹若國際微電影節西安舉行
樂視與韓國 LOEN 合作拓展音樂全產業鏈生態	人民網	2015/12/11	樂視與韓國 LOEN 合作拓展音樂全產業鏈生態
工藝中心與韓國工藝設計振興院今簽屬雙方合作協定，共同促進工藝發展	yam 天空新聞	2015/12/18	工藝中心與韓國工藝設計振興院今簽屬雙方合作協定，共同促進工藝發展
動畫+特殊音效 韓人迷上網路漫畫	聯合新聞網	2015/12/8	動畫+特殊音效 韓人迷上網路漫畫

標題	來源	日期	中文標題
韓流攻占大銀幕韓國導演內地尋找“合夥人”	搜狐娛樂	2015/12/11	韓流攻占大銀幕韓國導演內地尋找“合夥人”
中韓中澳自貿協定生效陝西小吃麵食可入韓國市場	華商網	2015/12/20	中韓中澳自貿協定生效陝西小吃麵食可入韓國市場
全球 46 名擊敗第 9！韓駭客青年軍奪趨勢 CTF 決賽冠軍，臺灣隊名列第四	iThome Online	2015/11/23	全球 46 名擊敗第 9！韓駭客青年軍奪趨勢 CTF 決賽冠軍，臺灣隊名列第四
中韓動作片的文化內涵變遷與比較	鳳凰網	2015/12/11	中韓動作片的文化內涵變遷與比較
KCDF, 공예문화산업진흥위한 전담기관으로 지정	뉴시스	2015/12/11	韓國工藝設計振興院積極推動手工藝產業
중국 충칭에 연내 한중문화산업센터 구축	연합뉴스	2015/12/8	韓國與中國大陸於重慶成立文化產業中心
올해 콘텐츠산업 매출액 100 조원 달성	대한민국정책포털	2015/12/15	2015 年文化內容產業營業收入達 100 兆韓元
"내년 한류 동호회원 4 천만명, 경제효과 20 조원 목표"	KBS WORLD Radio News	2015/12/18	世界韓流同好會 預計 2016 年赴韓達到 4000 萬人 創造 20 兆韓元產值
전남정보문화산업진흥원, 저작권 공정이용 창작품 공모전 시상식 개최	디지털타임스	2015/12/1	全南信息文化產業振興院舉辦版權合理使用作品比賽
천안시·충남문화산업진흥원, 17 일 ‘아트큐브 136’ 오픈	동양뉴스통신	2015/12/16	忠南文化產業振興院「藝術立方體 136」開放
웹툰, 대중문화 콘텐츠와 문화산업의 젖줄!	배국남닷컴	2015/12/2	webtoon、流行文化內容產業的發展
빅뱅·엑소 참석한 'MAMA'... 문화산업 경제유발 효과 얼마나 될까	뉴스핌	2015/12/12	海外舉辦 MAMA 所創造之經濟效益

三、中國大陸

最近二個月 (10/21~12/20) 中國大陸文化產業的情勢動態，主要圍繞在文化產業發展及政策動態、區域文化產業，以及出版、表演藝術、音樂、視覺藝術、影視、動漫、遊戲等次產業的動態與問題探索。

在文化產業發展及政策訊息動態方面，包括：(一) 關注文化產業對外輸出所遭遇之困難與障礙。(二) 80 後、90 後等千禧世代已逐漸成為中國大陸文化消費主力，產業界亦開始關注其消費取向，以及對市場格局走向之影響。(三) 相關評論指出目前中國大陸文化創意產業與互聯網融合仍面臨五大挑戰，包括核心原創內容匱乏、版權保護意識薄弱而相關單位監管不力、缺乏成熟而穩定之商業模式，以及缺乏互聯網思維與產業鏈生態融合思路等。(四) 針對中國大陸文化產業市場惡性競爭、監管機制不健全，

以及其產品缺乏創新而品質難以與時俱進，導致整體產業惡性循環之問題。學者專家建議應加強文化立法與鼓勵社會大眾參與，並持續完善市場管理機制與進一步規範市場秩序，從而依法維護消費者文化權益與國家文化健全發展。(五) 國務院發布《關於加快實施自由貿易區戰略的若干意見》，提出加速實施自由貿易區策略性運作，試圖以此展示中華優秀文化與當代國家形象，加快發展對外文化貿易，並吸引外商投資於規範許可之文化產業領域，以進一步借鑒國外發展經驗。(六) 中國大陸中央與國務院偕同提出《關於打贏脫貧攻堅戰的決定》，旨於針對貧困地區挹注資源，實施文化惠民扶貧措施，廣建村級文化中心，並鼓勵相關文化單位、文藝工作者與其他社會力量為貧困地區提供文化產品及服務。

就網路科技趨勢對文化產業發展影響而言，中國大陸學者認為互聯網將改變文化消費模式，成為帶動文化產業發展之成長動能，相關統計數據預估至 2016 年末，互聯網文化產業產值將占中國大陸整體文化產業 70%。

於區域文化產業表現方面，中國大陸文化部文化產業司與中國人民大學聯合公佈《中國省市文化產業發展指數 (2015)》指出，各省市文化產業發展維持穩步成長態勢，綜合指數排序與 2014 年對照下呈小幅變動，上海、北京與江蘇名列前三甲，福建、四川首度進入全國前十名。其中，北京於影響力指數與驅動力指數均位居首位。此外，12 月 5 日深圳大學舉辦首屆「深圳管理創新對話論壇」，會中發佈 2015 中國大陸城市創意指數 (CCCI 2015)，結果顯示上海、北京、深圳、廣州、杭州、蘇州、東莞、西安、廈門與青島分別位居中國城市創意指數榜前十強。根據該名單榜單可察其文化產業發展呈現區域發展不平衡之情況，文化創意指數表現較佳城市相對集中於華東與華南區域。

在出版產業動態部分，產業訊息關注焦點仍圍繞於互聯網發展趨勢對整體出版產業所造成之影響。除此之外，日前國家新聞出版廣電總局召開「全國出版傳媒集團主要負責人座談會」指出，得益於新聞出版與相關政策改革開放所致，中國大陸出版業結構持續優化與維持成長態勢。2014 年全國出版、印刷與發行服務利潤總額達 1,563.7 億元人民幣，較 2010 年成長 45.3%；數位出版營業收入為 3,387.7 億元人民幣，較 2010 年成長 222%，於整體新聞出版營業收入中所占比重呈倍數成長；版權輸出與引進書籍種類比重亦由 2010 年 1:2.9 提升至 2014 年 1:1.6。目前中國大陸日報發行量、圖書出版品類與總印刷數已達世界第一，電子出版物總量、印刷業整體規模為世界第二，業已成為名副其實之出版大國。

在表演藝術產業動態方面，儘管日前中國大陸官方發布《關於支持戲曲傳承發展的若干政策》支持戲曲藝術表演團體發展，並將其納入國民經濟與社會發展「十三五」總體規劃，然因其尚未有具國際影響力之演出節目，且相關專業人才匱乏，故仍屬發展起步階段。政策訊息部分，文化部辦公廳則下發《關於開展戲曲劇本孵化計畫項目申報工作的通知》，專案扶持改制企業化經營之國有戲曲企業與民營戲曲藝術表演團體，預計將扶持各 30 部之原創戲劇及小品短劇。

在音樂產業動態方面，由中國傳媒大學與國家音樂產業促進工作委員會共同發佈之《2015 中國音樂產業發展報告》指出，2014 年中國大陸實體唱片市場規模約 6.15 億元。

較 2013 年衰退約 5.4%。此外，該報告指出音樂類演出市場整體呈上升趨勢，其中「互聯網+音樂演出」催生付費直播模式，視頻媒體業已成為市場競爭主力與整體音樂產業發展趨勢；至於數位音樂市場方面，2014 年市場規模達 491.2 億元人民幣，遠高於實體唱片市場規模，數位音樂使用者數量達 4.78 億人以上，規模以上提供音樂產品或音樂服務內容之企業數量大幅成長至 1,034 家。關於政策方面，國家新聞出版廣電總局發佈《關於大力推進我國音樂產業發展的若干意見》，提出至「十三五」政策期末，整體音樂產業需達產值 3,000 億元人民幣之政策目標。其中，明確涵蓋建設國家音樂產業基地成為國內外具影響力與競爭力之產業群聚區域，並計畫推動優秀國產原創音樂作品出版、激發音樂創作生產活力，以及培育大型音樂集團公司等主要任務。

在視覺藝術產業動態方面，花旗銀行發佈新版全球藝術市場報告指出，受中國大陸藝術品市場高速發展，以及高價藝術品市場需求大幅成長所影響，自 2000 年起，全球藝術市場即以年均 13% 之幅度持續走升。其中，中國大陸市場占全球藝術市場份額由 2000 年 0.21% 成長至 2014 年 27.3%，2014 年以 44 億美元名列第二位，僅次於美國並超越英國，成為不可或缺之藝術市場要員。惟部分專家學者認為，過往中國大陸藝術品市場成交數量與金額大幅成長為市場發展初期之明顯表徵，已有證據顯示，目前市場已接近量體均衡，加上經濟高速發展階段已過，其對全球藝術市場之強力拉動作用或將有所減弱。相關設施建設動態部分，上海自貿區國際藝術品交易中心已於 11 月 28 日正式開業，該藝術品交易中心位於上海外高橋保稅區，兼具倉儲物流、展覽展示、交易洽購、評估鑒定與金融服務等多元功能，預期其可作為海內外藝術交流之橋樑，協助中國藝術品進出口，推動中國大陸藝術市場國際化發展。

影視產業方面，在電影產業部分，2010 年至 2014 年之四年期間，中國大陸電影票房由 100 億人民幣成長至 290 多億人民幣；龐大消費市場商機亦帶動原創小說改編、微電影等非傳統商業電影與周邊產業鏈之整體發展，包括相關園區成立與電影產業展會舉辦等。阿里巴巴影業集團則刊發公告，阿里影業將通過旗下全資子公司加入買方財團，參與博納影業私有化交易，冀藉一系列策略整合，成為以互聯網為核心驅動，擁有影迷運營、投融資、內容生產制作、宣傳發行與院線服務能力之全產業鏈娛樂平臺。在政策方面，較受矚目的是第十二屆全國人大常委會第十七次會議初次審議《中華人民共和國電影產業促進法（草案）》，內容包括推動簡政放權，激發電影市場活力；規範產業發展與電影市場秩序；加大扶持力度，提升電影產業發展水準；維護文化安全，弘揚社會主義核心價值觀等政策目標。此外，草案進一步針對違法行為制定相應之法律責任罰則。在電視產業部分，產業界持續關注大數據與網路時代對電視產業之挑戰與機會；此外，中國大陸與英國共同成立總額達 5,000 萬英鎊（約 5 億元人民幣）之電影電視投資基金。

動漫及遊戲產業方面，在動漫產業部分，《中國動漫產業發展報告（2015）》指出，隨國家推動文化產業成為經濟支柱產業戰略確立，以及互聯網對動漫產業發展之驅動力日益增強，其動漫產業漸趨以互聯網為核心，邁向跨型態、跨媒介與跨產業融合發展之新階段。而隨中國大陸動漫產業結構持續優化調整下，2020 年動漫產業產值規模可望倍數成長而突破 2,000 億元人民幣，躋身世界動漫強國之列。值得關注的是，相關評論指出，於當前產業轉型升級之發展關鍵時期，動漫企業需找尋正確產業定位，透過消費市

場區隔與進行微創新等策略，謀求未來長遠發展。在遊戲產業方面，中國大陸遊戲產業成長快速，攸關遊戲產業發展之智財權保障問題亦開始受到關注。近期北京市新聞出版廣電局（北京市版權局）與首都版權產業聯盟於第十屆中國北京文化創意產業博覽會中舉辦「動漫遊戲版權保護新聞發佈會」，公開宣示啟動手遊領域打擊侵權盜版專項行動，進一步規範手遊領域之版權秩序。另一方面，第十二屆中國遊戲產業年會公布 2015 年遊戲產業整體報告指出，中國大陸遊戲使用者達 5.43 億人，同比成長 3.3%；涵蓋客戶端、網頁遊戲、社交遊戲、手機遊戲、單機遊戲與電視遊戲等範疇之市場實際銷售收入達 1,407 億人民幣，同比成長 22.9%，整體表現亮眼。

表 5-3 中國大陸文化產業情勢動態 (10/21~12/20)

標題	來源	日期
中英將攜手打造「樂高樂園」	文匯網	2015/10/21
2015 中國網路文化產業年會落定國家會議中心	北京新浪網	2015/10/21
金融驅動文化創意產業發展(圖)	東北新聞網	2015/10/21
國產動漫進入全新時期 授權市場規模亞洲第二	央廣網	2015/10/21
習近平和彭麗媛冒雨出席中英創意產業展 威廉王子夫婦陪同	中國新聞網	2015/10/22
中國企業「走出去」文化融合促落地生根	人民網—人民日報	2015/10/22
北京國際文博會 29 日開幕 國內外大師級作品驚豔	中國網	2015/10/22
中英文化創意論壇舉行 雙方簽署 3.25 億英鎊大單	中國日報網	2015/10/22
創意聯手金融 聯合空間·中國創意城為創意產業築夢	中國新聞網	2015/10/22
東莞+南方報業+省作協 文化驅動助力經濟轉型	南方日報	2015/10/22
中英文化交流與合作：提速增量 機遇可期	中國文化報	2015/10/22
高埗文化旅遊產業漸成規模	河南文化產業網	2015/10/22
第十三屆中國·東海國際水晶節	新華日報	2015/10/22
原味聖誕登陸中國 大業漫奇妙推動中芬文化	齊魯晚報	2015/10/22
常山辦木本油料產業發展會「中國茶油之鄉」謀振興	浙江在線	2015/10/22
「中國文化娛樂產業基地」授予中山	南方日報	2015/10/23
報告顯示：中國文化金融產業規模首次突破 1 萬億	中國經濟網	2015/10/23
深圳首個創客空間攜文化創意產品亮相	深圳晚報	2015/10/23
15 年影視版權產業聯盟聯誼會在京舉行	歐華報	2015/10/23
CYAP 水墨評選公示展開幕	新浪收藏	2015/10/23
聯合國精準扶貧試水中國「苗繡」	中國文化報	2015/10/23
莊岩：如何將 CG 技術服務於文化產業？	中國經濟網	2015/10/23
張家港依託長江文化和吳文化 打造特色旅遊產業鏈	中國江蘇網	2015/10/23
一帶一路萬里行活動在米蘭世博會圓滿收官	中國網	2015/10/23

標題	來源	日期
【圖】中國食品包裝登頂國際設計奧斯卡引世界關注！	中國經營報(北京)	2015/10/23
大型紀錄片《中醫》在濟南開機拍攝	中國新聞網	2015/10/23
山東「文化強省」奏出最強音 文化軟實力倍增	齊魯網	2015/10/23
戲緣攜手昆侖決 創首個「互聯網+戲曲」互動平臺	新浪體育	2015/10/24
香港可建設離岸文化中心	經濟日報	2015/10/24
澳門國貿展力推區域合作與文化創意	中國新聞網	2015/10/24
觀察：中英電影「聯姻」的前景	BBC 中文網	2015/10/25
金一文化完善產業佈局發布「互聯網+珠寶」戰略	證券日報·中國資本證券網	2015/10/25
「黃金時代」：中國文藝的 2.0 版來自互聯網	新華網	2015/10/25
寧波老外灘申報創建中國著名商業街 將會如何變臉	甬派客戶端	2015/10/25
安徽宣城第七屆「文房四寶文化旅遊節」開幕	新華網安徽頻道	2015/10/25
專家籲將中藥文化產業納入國家文化發展戰略	中國新聞網	2015/10/26
2015「漢學與當代中國」座談會聚集當代中國文化藝術前沿	中國經濟網	2015/10/26
創意產業「牽手」金融 平臺搭建是關鍵	中國經濟時報	2015/10/26
世界你好美術館：讓世界愛上中國藝術	中新上海網	2015/10/26
「紅樓文化產業」的海淀路徑	北京商網	2015/10/26
靈山灣影視文化產業區"未來之城"框架顯現(圖)	青島財經日報	2015/10/26
集賢工美事業尋求中俄文化產業結合點	雙鴨山新聞網	2015/10/26
組圖：2015 全國徒步大會在舟山定海舉行	人民網-體育頻道	2015/10/26
融匯文化創意產業生活城產業規劃實施發布盛典隆重舉行	鳳凰山東綜合整理	2015/10/26
江西外包文化產業待轉型	中國文化報	2015/10/26
動漫藍皮書：動漫產業在文化建設中發揮重要引領作用	中國網	2015/10/27
《藏天下》雜誌成立北京編輯部 首屆中國收藏文化產業發展論壇同步在京舉行	中國網	2015/10/27
黃金大單！中文投 2 億英鎊合作約克大學	環球網	2015/10/27
天津濱海新區 2015 年文化產業項目總投資達 299.6 億	中國經濟網	2015/10/27
天津南開區：「四個融合」助推文化產業發展	中國經濟網	2015/10/27
中國電影第五代「精英」漸漸退位	北京青年報	2015/10/27
中國文化巨匠如何與世界大師對話	河南文化網	2015/10/27
第七屆中國·蘇州玉石文化節 10 月底盛大啟幕	大公網	2015/10/27
陳皮文化節將在廣東新會開幕 聚焦產業健康和互聯網+	中國經濟網	2015/10/28
2015 首屆中國北京國際沉香產業博覽會即將開幕	中國新聞網	2015/10/28
分豆教育進軍文化產業，推雲智能平臺「中國視記」	中華網	2015/10/28
實至名歸的「中國馬都」——錫林郭勒	人民政協報	2015/10/28

標題	來源	日期
評論：一場「姓氏」官司傳遞的倫理文化	北京青年報	2015/10/28
蘭州啟動創新創意設計大賽 獲獎作品將海外巡展	中國新聞網	2015/10/28
中國名家書畫展走進泰國 (高清組圖)	新華網國際頻道	2015/10/28
「互聯網+」活躍文創產業	江西日報	2015/10/28
中超"5 年 80 億"值嗎? 專家直言價值曾被遠遠低估	中國新聞網	2015/10/29
重慶南岸區文化產業繁榮發展 會展業年直接產值 80 億元	中國新聞網	2015/10/29
上海交大-南加州大學文化创意產業學院揭牌成立	中國新聞網	2015/10/29
「互聯網+文化」將成「十三五」新的經濟增長點	中國網	2015/10/29
竇維平：四川以文化產業帶扶貧 實現輸血造血並重	中國經濟網	2015/10/29
中國互聯網產業到底有多大? 這十個數據告訴你	南方都市報	2015/10/29
中國戲曲走出國門大受歡迎	人民日報	2015/10/29
王蒙論傳統文化價值 劉蘭芳講群眾文化	華龍網-重慶晨報	2015/10/29
咸陽推茯茶產業發展 年產值逾 10 億	文匯網	2015/10/29
產業升級深耕遊戲 大廠探索文化復興之路	中國新聞網	2015/10/30
中國大陸「電影第一法」草案啟動審議	新華網	2015/10/30
赤峰攜手微電影盛典 打造文化旅遊產業新名片	央視網	2015/10/30
2015 中國文化發展指數 (CCDI) 發布	中國文化報	2015/10/30
北京齒輪廠遷往河北 原址變身文創產業園	人民網-北京頻道	2015/10/30
河北曲陽攜手 8 大美院建中國雕塑產業創新聯盟	中新網保定	2015/10/30
亦莊文化智谷：動畫豈止於「卡通」	科技日報	2015/10/30
旅遊「標配」實景演出當如何思變?	中國文化報	2015/10/30
「一帶一路」產業精英齊聚 共議絲路經濟創新發展	中國經濟網	2015/10/30
中韓聯手推出互聯網+文化藝術品金融交易平臺	中國新聞網	2015/10/30
北京首個文化產品公共保稅倉庫落戶文創實驗區	中國新聞網	2015/10/31
寶庫迎來楊市長和他的大咖朋友們	北京新浪網	2015/10/31
于丹走進聯合國教科文組織總部巧推中國文化	中國新聞網	2015/10/31
中國音樂產業交易中心落戶集美 將"嫁接"金融產品	廈門網	2015/10/31
第四屆中國文化產業資本大會舉行	光明日報	2015/11/1
「一帶一路」助中國文創產業迎來發展新機遇	新華網	2015/11/1
茶界專家學者 天門品茶論道	湖北日報	2015/11/1
文化產業成為重要經濟增長點 (大勢所趨)	人民網-人民日報	2015/11/1
強強聯手 「建業·華誼兄弟電影小鎮」項目奠基	鄭州日報	2015/11/1
中國電影誕生 110 周年	中國文化報	2015/11/2
北京崛起十大文化消費圈	北京商網	2015/11/2
文化部：公共文化服務保障法將報中央領導小組審議	人民網	2015/11/2

標題	來源	日期
十年文博會見證文創產業發展歷程	京華時報	2015/11/2
「探訪文化名城」首屆中國網絡媒體淄博行啟動	新華網山東頻道	2015/11/2
陳永靈在露天礦旁建起文化產業園	遼寧日報	2015/11/3
多樣性與社會主義文藝繁榮發展	光明日報	2015/11/3
民營高管的出版創業路 做有趣實用"漲姿勢"的書	北京日報	2015/11/3
創新驅動孕育中國經濟新動能 助力產業結構變化	經濟參考報	2015/11/3
以文化人——從「十三五」規劃建議看「兩個文明」協調發展	新華網	2015/11/3
台海觀瀾：「文博會」成果豐	中國新聞網	2015/11/3
北京特色文化產業園轉型呈亮點 服務首都全國文化中心建設	中國經濟網—《經濟日報》	2015/11/4
魏鵬舉：眾籌是特色文化產業最有效益的融資方式	中國經濟網	2015/11/4
陳立恒談文化逆差：兩岸文創產業「1+1大於2」	中國新聞網	2015/11/4
王健林：中國經濟明年不會好轉 娛樂、體育和旅遊行業有前途	南早中文網	2015/11/4
業內：新型城鎮化如何與文化產業發展相融共生	中國經濟網	2015/11/4
李克強促「漢風」勁吹「韓流」湧動	新華網	2015/11/4
莞香故里廣東東莞欲造「東方香都」	中國新聞網	2015/11/4
京津冀聯手打造前門歷史文化節	中國新聞網	2015/11/4
第三屆許慎文化國際研討會在河南漯河舉辦	光明日報	2015/11/4
臨淄：助推蹴鞠文化傳播 多方位推動文化產業發展	齊魯網	2015/11/4
行業觀察：取道好萊塢，中國電影業缺什麼	新華網	2015/11/4
晉商故里崛起文化「高地」 文化產業成晉中新興支柱產業	山西日報	2015/11/5
第11屆中美電影節開啟跨國跨產業新合作	僑報網	2015/11/5
福建海絲文化建設成果豐碩：絲路綿長 風起帆張	東南網	2015/11/6
「老合鋼」將建非遺文化街 創意產業園擬投資50億	中安在線-安徽商報	2015/11/6
大連華夏文化博物館獲「中國文物保護金獎」	央廣網	2015/11/6
「文藝座談會精神與網絡文化產業發展機遇」座談會舉行	新浪遊戲	2015/11/6
北京疏解企業騰退土地將建保障房或研發中心	北京晚報	2015/11/6
朝陽將建溫哥華中國文化中心、加拿大文化產權交易所	人民網-北京頻道	2015/11/6
全國文房四寶藝術博覽會在中國硯都肇慶舉行	人民網-廣東頻道	2015/11/6
2015第二屆中國音樂產業高端論壇在京舉辦	中國經濟網	2015/11/6
中國新加坡聯合聲明：建立全方位合作夥伴關係	新華社	2015/11/7
「中國好萊塢」折射中國影視產業高歌猛進	新華網	2015/11/7
中國服裝產業鏈不暢 國際化進程欠把火	中國經營報	2015/11/7
中國品牌文化影響力輿情數據監測分析報告在京發布	中國經濟網	2015/11/7

標題	來源	日期
首屆中國(永春)香博會開幕 助推香文化產業發展	閩南網	2015/11/8
首屆中國家居工藝文化博覽會福建安溪舉辦 搶抓"海絲"新商機	中國新聞網	2015/11/8
"互聯網+文化"開啟共用經濟和公共服務外包	國際在線	2015/11/8
滌河文化產業集群建設快速推進 走出「以文興產」之路	河北日報	2015/11/9
2015 國際當代陶瓷藝術精品展亮相太廟藝術館	中國新聞網	2015/11/9
湖北興山舉辦昭君文化論壇 海峽兩岸簽署交流協議	中國新聞網	2015/11/9
首屆亞洲電影展紐約開幕 促進世界電影市場共繁榮	中國新聞網	2015/11/9
「海南·博鰲新年音樂會」 2016 新年隆重呈現	中國新聞網	2015/11/9
王國勝：服務設計助推大設計產業融合發展	中國經濟網	2015/11/9
簡蕙芝率 200 人團訪華 與保利集團簽約 在溫設北美總部	環球華報	2015/11/9
網絡文化節」彰顯湖湘精氣神	華聲在線	2015/11/9
「第三屆中國(鄆城)銀杏節開幕 三千客商趕大集(圖)	新華網	2015/11/9
「故宮十大珍寶瓷」專家研討會召開文化傳承價值獲專家肯定	新華城市	2015/11/9
新疆絲綢之路文化創意產業博覽會閉幕 現場成交三千萬	央廣網新疆頻道	2015/11/9
敢想敢做，就能在傳媒長廊再立文化地標	中國企業報	2015/11/9
藝術市場尋求文化保稅新經濟 保稅區有待深度利用	上海證券報	2015/11/9
四川旅遊發展喜迎產業化時代	人民網-人民日報	2015/11/9
浙江東陽舉辦第十屆木雕竹編工藝美術博覽會	人民網-家居頻道	2015/11/9
齊勇鋒：特色文化產業鏈拓展需要注意的兩個問題	中國經濟網	2015/11/9
互聯網+文化產業經歷五大歷史潮流	互聯網週刊	2015/11/10
從汪峰澳洲巡演火了看中國文化的出海啟示	新華網	2015/11/10
中國·南陽第十二屆張仲景醫藥文化節隆重開幕	新華網河南頻道	2015/11/10
雲南丘北辦辣椒文化節 打造「中國辣椒之鄉」	中國新聞網	2015/11/10
第七屆中韓媒體高層對話舉行 東方網總裁徐世平發言	東方網	2015/11/10
江西：打造中國麻紡產業聚集地	中國產經新聞報	2015/11/10
藏羌彝文化產業走廊：西部增長極	光明網-《光明日報》	2015/11/10
400 家創意公司文交會比拼創意	北京日報	2015/11/10
全國劇本創作交易會在潛江舉行	湖北日報	2015/11/10
電商專家把脈閩企 互聯網+海絲與僑文化成發展點	中國新聞網	2015/11/11
「武林戰歌」2015 中國武術散打爭霸賽下月開賽	人民網-廣東頻道	2015/11/11
當代首飾設計吳二強：讓創意與精神對話	中國經濟網	2015/11/11
第二屆中國非物質文化遺產傳統技藝大展在歙縣隆重舉行	中安在線	2015/11/11
國際花炮文化節為產業發展「加油」	湖南日報	2015/11/11
北京成立動漫遊戲版權保護委員會	新華網	2015/11/11

標題	來源	日期
青島與韓國建立創意產業信息交流資源平臺	中國新聞網	2015/11/11
《只有大眾，沒有文化》：帶你冷眼觀看娛樂至死的時代	城市快報	2015/11/11
專家：「一帶一路」是新一輪的全方位對外開放	中國新聞網	2015/11/11
美麗中國·長沙文化產業示範園開工 總投資 90 億	星辰在線-長沙晚報	2015/11/11
瀋陽和平區歷史文化積澱引文化產業持續升溫	遼寧新聞網	2015/11/11
文化產業與公共文化如何融合發展	光明日報	2015/11/11
汽車文化產業仍待頂層規範	中國經濟時報	2015/11/11
教育創新凝聚「思考資源」	中國教育報	2015/11/11
海內外專家達成「泉州共識」 稱藝術無國界	中國網	2015/11/11
青海參加第八屆海峽兩岸文化產業交易博覽會綜述	青海新聞網	2015/11/12
文化產業：如何與社會資本「共舞」	光明日報	2015/11/12
貧困縣摘帽，文化如何脫貧	人民日報	2015/11/12
中國國際（新興）信息產業基地主入口基本完工	南方日報	2015/11/12
陶瓷文化產業在絲路上「沐」火新生	人民網	2015/11/12
龍象天和獲殊榮 摘「世界太極文化產業傑出貢獻獎」	齊魯網	2015/11/12
以民眾消費需求升級 促國內消費品產業升級	中國廣播網	2015/11/12
「非遺·中國年畫經典系列」新書發布會	新浪讀書	2015/11/12
2015 北京國際民間友好論壇在京舉辦 共話城市建設等	國際在線	2015/11/12
2015(第十三屆)中國互聯網經濟論壇將召開 12 個分論壇	互聯網週刊	2015/11/12
首屆四川藝術節文化消費月活動在成都啟動(圖)	四川新聞網	2015/11/12
廣西欽州打造坭興陶產業新發展	中國產經新聞報	2015/11/12
2015 首屆中國健康素食烹飪大賽 11 月 29 日將在京召開	中國網優訊中國	2015/11/12
2015 年中央財政共安排文化遺產保護補助資金 81.1 億	中國經濟網	2015/11/12
一橋引來天下客——第十二屆江西南豐蜜橘文化旅遊節開幕式側記	臨川晚報	2015/11/12
樂視打造首個 O2O 音樂 Live 體驗空間	新華娛樂	2015/11/12
以菇為媒 炎帝故里將舉辦「2015 中國·隨縣香菇節」	新華網	2015/11/12
美麗廈門搶占時尚產業新高地 時尚週三亮點搶先看	東南網	2015/11/12
中國穩居俄羅斯旅遊第一大客源國	人民網-人民日報	2015/11/13
廣州「演交會」首次入駐大劇院 藝術創作需要「創意攪拌者」	南方日報	2015/11/13
功夫熊貓阿寶不再只是「美國青年」	一財網	2015/11/13
天津構建藝術交流園地 搭建文創產業平臺	天津北方網	2015/11/13
弘揚長征精神 復興聖地榮光(圖)	人民日報海外版	2015/11/13
創意驅動天津傳統文化產業更優發展	天津北方網	2015/11/13
饒曙光：少數民族電影進入了一個新的「黃金時代」(圖)	中國經濟網	2015/11/13

標題	來源	日期
「東亞文化之都」顯魅力	經濟日報	2015/11/13
「最嚴版權令」之後，阿里音樂該怎麼走	虎嗅	2015/11/13
國內首家單項體育國家級博物館落戶上海	中國體育報	2015/11/13
深大已成文產研究新銳力量	深圳商報	2015/11/13
中細軟集團歸來：文創產業亟需知識產權保護	中關村在線	2015/11/13
第二屆「中國-中東歐國家文化合作論壇」舉辦	人民網-國際頻道	2015/11/14
張海洋：市場化運作城圍聯 讓西安圍棋重拾光榮	新浪體育	2015/11/14
"批判性傳統主義"大展開幕：傳統需加入批判立場	中國新聞網	2015/11/14
萬達旅遊全產業鏈亮相 2015 中國國際旅遊交易會	樂途社區	2015/11/15
國家版權貿易基地（越秀）交易平臺今上線 中國版權保護中心華南版權登記大廳落戶越秀	廣州日報	2015/11/15
凝聚亞洲力量 共築文化絲路——寫在第十四屆亞洲藝術節閉幕之際	新華網	2015/11/15
湘西歷史文化與沈從文學術研討會在里耶舉行	紅網	2015/11/15
中國工藝美術學會民間工藝美術專委會年會將召開	搜狐焦點家居網	2015/11/15
中外學者聚焦中國文化創意與產業融合	新華網	2015/11/15
青海省文化產業驅動力指數位居全國第五位	青海日報	2015/11/15
中國再次「擁抱」G20 峰會：華美杭州成連通世界視窗	中國新聞網	2015/11/16
累計遊客超 3 億人次 華僑城形成文化產業集群	中國新聞網	2015/11/16
多層次投融資體系逐漸完善 小微文化企業不再只「盯」銀行	中國經濟網	2015/11/16
甘肅設文化產權交易中心 加速藝術品權益保真流轉	中國新聞網	2015/11/16
兩岸聯辦朱子文化伴手禮創意設計大賽	中國新聞網	2015/11/16
首屆中國傳統村落峰會在黔舉行	大公網	2015/11/16
福州三坊七巷 5A 景區揭牌 打造閩台文創聚集地	中國新聞網	2015/11/16
暨大研究「中國學」 外國留學生考察羊城創意產業園	羊城晚報-金羊網	2015/11/16
上海國際藝術節搭建「一帶一路」文藝網路	新華網	2015/11/16
中國食品產業發展論壇 李錦記分享百年國際化經驗	中國網	2015/11/16
鈺誠中鑒：互聯網金融驅動中美電影產業融合成現實	大公網	2015/11/16
拓展福建自貿試驗區文化功能	福建日報	2015/11/16
求變思維引領淮安清河文化建設「轉軌提速」	新華網江蘇頻道	2015/11/16
聊城：東昌府以「互聯網+」激活傳統文化產業	山東省文化廳	2015/11/16
中國戲曲教育聯盟在京成立	中國經濟網	2015/11/16
合肥打造「中國聲谷」 語音產業占中國七成市場	中安在線	2015/11/16
海宴酒業攜手景德鎮古窯打造「海宴瓶」	南方日報	2015/11/16
華誼兄弟擬建湖南首家電影文化城 業內稱未來發展令人期待	新華網	2015/11/16

標題	來源	日期
「中國科幻」受熱捧 《蒸發太平洋》再「出口」歐亞四國	商都娛樂	2015/11/16
培育「創客」推動科技文化融合	深圳商報	2015/11/16
中國工藝美術大師李一新陶藝學術展上海開幕	新華網	2015/11/16
丁仁方：應注意兩岸文化的趨異發展	中國評論月刊網路版	2015/11/17
捧 IP 真的有助於中國電影嗎？	虎嗅網	2015/11/17
未來 5 年中國產業發展的六大新引擎	中國經濟時報	2015/11/17
廣西郵幣卡中心助力區域文創產業升級	中國經濟網	2015/11/17
中國自貢燈籠再度閃耀英國	新華網	2015/11/17
外媒稱中國出境遊潛力巨大 未來 30 年都不缺遊客	界面	2015/11/17
中國旅行服務業迎來創新時代	人民日報海外版	2015/11/17
眾人劃槳開大船——慶陽市推動文化產業發展的啟示	中國甘肅網-甘肅日報	2015/11/17
古堰畫鄉「藝境·巴比松藝術區」項目正式啟動	浙江在線麗水頻道	2015/11/17
呼和浩特民族演藝集團：讓民族文化站上文化高地	中國文化報	2015/11/17
福建長泰全國登山精英賽 30km 賽道解密 暢享生態美	閩南日報	2015/11/17
小小電影院折射文化消費大趨勢	中國台州網-台州商報	2015/11/17
「2015 中國文化產業年度人物」推選活動啟動	光明網-《光明日報》	2015/11/18
貴州宣傳部長：以民族特色彰顯貴州文化內涵	中國經濟網—《經濟日報》	2015/11/18
中國紅木城在京作古典家具之鄉落成	人民網-家居頻道	2015/11/18
中國省市文化產業發展指數（2015）發布	音響網	2015/11/18
3 萬億文化消費缺口如何補	新華社北京	2015/11/18
遊戲產業年收入廣東占全國七成	南方日報	2015/11/18
紀錄片產業幾多歡喜幾多愁 「互聯網+」助力發展	光明日報	2015/11/18
中日韓文化交流論壇溫州舉行 探討時尚文化產業	溫州網	2015/11/18
2015 中國設計節：打造設計產業新高地	新華網北京頻道	2015/11/18
中國網吧轉型升級重塑行業自信	新華網	2015/11/18
中國民間春晚走進河北 燕趙民間文化掀起熱浪	搜狐娛樂	2015/11/18
數字解讀新美大 垂直生態產業鏈浮出水面	中國網	2015/11/18
互聯網重塑音樂消費 網絡音樂盈利不及預期	人民網-人民日報	2015/11/18
汕頭澄海澄華街道玩具產業加速轉型升級	南方網	2015/11/18
第十屆中國音樂金鐘獎在廣州大劇院開幕	南方日報	2015/11/19
北京環球主題公園規劃七大景區 預計 2020 年開園	中國證券網	2015/11/19
西沐：中國藝術衍生品產業正在發生結構性轉型	中國經濟網	2015/11/19
甘肅文化廳副廳長悉數家珍 講述文化作為	中國新聞網	2015/11/19
中國品牌研究院啟動第十屆中國品牌價值 500 強評選	中華網財經	2015/11/19

標題	來源	日期
中國—東盟聯手升級林木產業國際產能合作	中國新聞網	2015/11/19
「茶產業+互聯網+金融」漸成新業態	中華工商時報	2015/11/19
山東省多項文化創新全國推廣	大眾日報	2015/11/19
華特迪士尼(中國)有限公司與省政府簽署戰略合作備忘錄 吳天君張廣智張志忠等出席簽約儀式	鄭州晚報	2015/11/20
文化消費季重構消費新生態	北京商報	2015/11/20
江蘇文化產業發展迅速 綜合實力躍居全國第二	新華日報	2015/11/22
天橋藝術中心開幕 「藝術+」引領文化創新之道	新華娛樂	2015/11/22
廣東省遊戲產業協會 21 日正式成立	南方日報	2015/11/22
第十四屆中國(揭陽)玉文化節開幕	揭陽日報	2015/11/22
中國阿膠行業盟主秦玉峰：排除門戶之見 壯大阿膠產業(圖)	中國新聞網	2015/11/22
「中國坭興陶之都」欽州邀請全國陶藝大師「打擂臺」	中國新聞網	2015/11/22
楊金鳶：推動與相關產業深度融合 打造文化產業升級版	紅網	2015/11/23
文化濱州之走進中國古典家具之鄉：陽信水落坡	新浪收藏	2015/11/23
國務院：推動服務和信息等領域消費升級 加大服務業對外開放	中國政府網	2015/11/23
遊戲遊藝政策調整推動行業融合創新	中國文化報	2015/11/23
3 萬億文化消費缺口如何補？	新華網	2015/11/23
擴大文化消費 要提高文化產品質量	求是網	2015/11/23
河北中醫藥文化交流大會召開 專家把脈中醫藥產業發展	中國新聞網	2015/11/23
蚌埠擦亮文化產業金招牌 搶占發展制高點	新華網安徽頻道	2015/11/23
劉結成：特色文化創意產業發展的核心在於 IP 開發	中國經濟網	2015/11/24
王義桅：「一帶一路」文化交流中最重要是融會貫通	中國經濟網	2015/11/24
兩部委發文 推動中醫藥健康旅遊發展	中國經濟網綜合	2015/11/24
中美合拍片「亟待開發金礦」 與好萊塢合作走向雙贏	人民網-人民日報	2015/11/24
中國 11 個城市簽約成立長江流域非遺文化保護聯盟	新華網	2015/11/24
侯光明參觀麒麟海外 關注中國電影走出去	網易娛樂	2015/11/24
「巧兒刺繡」李夏音：回族刺繡在守望傳承中創新發展	中國經濟網	2015/11/24
成都「第六產業」蓬勃發展 農業變身新經濟動力源	一財網	2015/11/24
京津冀共促文化產業聯動	經濟日報	2015/11/25
第十三屆中國國際網絡文化博覽會將在京舉行	新華網	2015/11/25
王君正聽取漢江文化產業園項目彙報	襄陽日報	2015/11/25
中國遊戲劍指全球 已成千億產業	中國新聞網	2015/11/25

標題	來源	日期
韓書清：甲骨文走紅米蘭世博背後的產業化探索	中國經濟網	2015/11/25
2015 中韓文化外交研討會滬上舉行	東方網	2015/11/25
文化部部長：推動文化產業結構優化升級	中國證券網	2015/11/26
業內：「跨界+鏈條」助推文化資源產業化	中國經濟網	2015/11/26
國家統計局：2014 年文化產業增加值占 GDP 比重為 3.76%	中國經濟網	2015/11/26
滎陽文化產業走出一盤好棋	河南日報	2015/11/26
中國文化城市 100 強首發 武漢位列第 68 位	人民網-湖北頻道	2015/11/26
陳少峰：互聯網文化產業的發展趨勢是平臺為王	荆楚網	2015/11/26
山西省晉中市獲評「中國最美休閒度假旅遊城市」	中國網	2015/11/26
蘇寧環球再挽「韓流」 拓展文化產業	每經網-每日經濟新聞	2015/11/27
文化部部長雒樹剛：加快文化改革發展	中國網	2015/11/27
金鷹文化區：打造文化產業地標	中國經濟時報	2015/11/27
第 19 屆京港洽談會在香港開幕 創意設計成亮點	中國經濟網	2015/11/27
大型歌舞劇「夢回長安」啟動 同名主題歌全球首發	搜狐音樂	2015/11/27
「中國刺繡之鄉」叩響蘇繡產業化的「互聯網之門」	新華日報	2015/11/27
從創意到生意 程家彬告訴你生肖郵票的涅槃重生	中國經濟網	2015/11/27
2015 中國全地形車錦標賽羅江站開啟	人民網-體育頻道	2015/11/28
樂華影視基地落戶陝西 打造中國西部荷里活	文匯報	2015/11/28
美媒：中國千禧一代成出境遊主力 注重文化體驗	新華網	2015/11/28
文化產業如何乘「互聯網+」東風？國內專家學者彙集重慶建言獻策	華龍網	2015/11/29
首屆絲綢之路（敦煌）國際文化博覽會籌備工作正式啟動	中國新聞網	2015/11/29
中國金文書法走進歐洲文藝復興故鄉	新華網	2015/11/29
中國文化金融 50 人論壇在京成立	證券時報	2015/11/30
推動文化產業成為國民經濟支柱性產業	求是	2015/11/30
魏琦：西部文化走出去應借力一帶一路實現文化消費	中國經濟網	2015/11/30
國產電視劇海外霸屏 產業化出海指日可待	中國經濟週刊	2015/11/30
浙江文化借「走出去」放彩國際舞臺 內容「入心」傳頌浙江故事	中國新聞網	2015/11/30
李朝：應大力扶持「雙效統一」型中小微文化企業	中國經濟網	2015/11/30
婁底籍書畫家萬幅作品惠及普通百姓	中國經濟週刊	2015/11/30
2015 中國動漫產業引發「爆點」 推進產業提質升級	光明日報	2015/12/1
海口高新區文化產業招商邁新步 北大有望加盟	人民網-海南視窗	2015/12/1

標題	來源	日期
互聯網時代下 以「文化+」理念推動文化產業發展	中國經濟網	2015/12/2
韓媒：大廠遊戲產業基地將成韓本土企業的造夢工廠	中國新聞網	2015/12/2
三亞：培育海洋文化產業	三亞日報	2015/12/2
西沐：大力探索非遺資源化及其產業化的資本融合	中國經濟網	2015/12/3
惠州「互聯網+旅遊+文化產業」合作平臺成立	南方日報	2015/12/3
全球跨媒體創新峰會在滬舉行 「中國創造」助推文化裝備產業升級	新華網	2015/12/3
北京：未來 5 年公共文化服務體系覆蓋率將達 100%	央廣網	2015/12/3
天津民族記憶文化創意產業園榮獲最佳人文產業園區	中國日報網	2015/12/3
慎海雄：以創新引領廣東文化產業繁榮發展	南方日報	2015/12/3
一線探訪：小文具插上創意「翅膀」	中安在線-安徽日報	2015/12/3
400 億元票房：中國距離電影強國還有多遠	新華網	2015/12/4
中國出版創意產業基地 A 區奠基儀式舉行	人民網-讀書頻道	2015/12/4
百度朱光：新技術將推動網絡視聽產業升級	中國新聞網	2015/12/4
專家學者為雲南旅遊文化融合發展「把脈」	新華網雲南頻道	2015/12/4
中國文化產業市場這塊大蛋糕 韓國頂級企業都想好好嘗	華龍網	2015/12/5
張振鵬：我國文化產業的供給側調整	中國經濟網	2015/12/5
湖北 10 個文化產業國際合作項目簽約 加速「走出去」	鳳凰湖北	2015/12/5
法國前總理拉法蘭會見中國文化產業協會代表團	內蒙古晨網	2015/12/5
梁勇：城市規劃和建設缺少對「文化本底」的敬畏	鳳凰河北綜合	2015/12/5
廣州文博會開幕 圓明園獸首現身羊城	中國新聞網	2015/12/5
「世界太極文化論壇」引領健康旅遊文化產業	新華健康	2015/12/6
南方文交所出席中非合作論壇 推藝術品電子盤交易新模式	南方網	2015/12/7
中國文化部長：民辦文化機構等逐步成為文化建設的重要力量	中國新聞網	2015/12/7
「世界你好」中國陶瓷跨年交易榜中榜及 2015 年度暢銷榜陶瓷藝術家上海聯展開幕	人民網-上海頻道	2015/12/7
首屆世界太極文化論壇將在海南三亞舉行	人民網-體育頻道	2015/12/7
第三屆「少年中國」少兒文化作品評選在京舉行	中國經濟網	2015/12/8
海選「中國隊」出征倫敦藝術周	深圳商報	2015/12/8
電影跨界 K 歌，催生中國文化娛樂產業新生態	音響網	2015/12/8
王通武以現代創意演繹「姑蘇十二娘」 再現水鄉吳文化	中國經濟網	2015/12/8
專家：區域「十三五」文化發展規劃的七大重點	中國經濟網	2015/12/8
中韓文化翹楚匯聚重慶 獻計兩國文創發展新增長極	中國新聞網	2015/12/9

標題	來源	日期
文化部：國家投資推出美術館館藏精品展覽 98 個	中國經濟網	2015/12/9
文化產業如何融入經濟大循環？	華夏時報	2015/12/9
二三線城市文藝院團可完善培養和保障機制 克服「人才荒」	中國經濟網	2015/12/9
楊碩：以「互聯網+藝術設計」來提升城市的文化	中國經濟網	2015/12/9
首屆三亞文化產業博覽會開幕 設 9 大主題展館	中國新聞網	2015/12/10
中國文化消費增長快速 新興網路文化突出	中國新聞網	2015/12/10
北京文化產權交易中心正式上線 助力首都文化中心建設	中國網	2015/12/10
聯合國教科文組織大會主席：文化可助欠發達地振興	中國新聞網	2015/12/10
西岸文化藝術示範區：立足徐匯 輻射上海的藝術文化聚合區	遼一網	2015/12/10
2015 中國文化產業峰會在西安舉辦 李彥宏發表演講	中國新聞網	2015/12/11
專家：「十三五」時期文化產業融合發展成必然趨勢	中國經濟網	2015/12/11
山西：文化產業成為經濟增長新力量	中國經濟網—《經濟日報》	2015/12/11
中國人該如何開發自己的電影衍生品？「電影製作發行和衍生品的結合」論壇舉行	Mtime 時光網	2015/12/11
首屆 中國（深圳）文化科技週閃亮登場	東南網	2015/12/11
法國動漫巨頭達高在滬成立合資公司搶灘中國動漫市場	中國新聞網	2015/12/11
劉宏波：原創授權要有效規避線上線下版權衝突	中國經濟網	2015/12/11
「文化中國行」在京發布 助力中華文化「走出去」	中國新聞網	2015/12/12
為紐西蘭「文化之都」增添中國色彩	新華網	2015/12/12
南宋皇城文化「復生」新象：中國城市發展重「舊」味	中國新聞網	2015/12/12
特寫：中國文化企業「取經」百老匯	新華網	2015/12/13
民間資本「攪活」文化產業 中國最大民間博物館群在臨淄拔地而起	大眾日報	2015/12/13
蕭泓出席中國文化產業峰會 強調跨界融合促進文化產業創新升級	中國新聞網	2015/12/14
盛會背後是文化——宜賓白酒文化產業發展綜述	金江網	2015/12/14
佛山三水將投資百億建主題樂園 預計 2020 年開門迎客	南方日報	2015/12/14
浙江青田實施「燈光計畫」築人才高地	中國新聞網	2015/12/15
非遺傳承路在何方？貼近群眾增強生命力	光明日報	2015/12/15
第十屆中國工業設計週暨第九屆中國（深圳）國際工業設計週於 12 月 11 日盛大啟幕	新浪房屋	2015/12/15
四川：為小微文化企業鋪建成長之路	中國文化報	2015/12/16
中國白酒行銷創新與大眾創業高峰論壇在宜賓舉行 共謀白酒	四川在線-宜賓頻道	2015/12/16

標題	來源	日期
產業發展		
中國互聯網 20 年發展報告：推動全球治理模式變革完善	人民網-國際頻道	2015/12/16
長沙三大項目相繼破土 文化產業提前「入春」	星辰在線	2015/12/16
第九屆中國（廈門）石斛產業發展論壇在廈舉辦	中國新聞網	2015/12/16
中國酒店業正面臨結構失衡 旅遊投資空前活躍	中國網	2015/12/16
【我在現場】習近平講話發出中國聲音 吹響建網路強國號角	央視網	2015/12/17
中國動漫精英聚津探討「互聯網+」時代動漫產業升級轉型(組圖)	中國新聞網	2015/12/17
動畫電影成文化市場「寵兒」	人民日報	2015/12/17
百位中韓企業家齊聚市南 助推青島文化創意產業發展	鳳凰網青島	2015/12/17
「海絲」友好之船明年起航 中國—東盟郵輪產業合作發展迎來新增長點	人民網-福建頻道	2015/12/17
「2015 中國年度新銳榜」揭曉 《琅琊榜》成大贏家	鳳凰文化	2015/12/14
遊戲產業：多元業態下的「短命」困局	中國產經新聞報	2015/12/14
海南打造遊戲產業高地 兩小時可獲營業執照	中國經濟網	2015/12/15
黎瑞剛：中國市場開始影響國際文化產品的內容	人民網-江蘇視窗	2015/12/15
社科院發布 2014 年中國文化城市競爭力報告（附排名）	中國經濟網	2015/12/15
第六屆亞洲城市論壇舉行 聚焦城市休閒文化	中國經濟網	2015/12/15
[萬眾創業] 讓中國優秀傳統文化活起來傳下去	荆楚網	2015/12/15
專家：中國畫廊行業積極轉型的規劃與策略	中國經濟網	2015/12/17
開封響起「文化+」春雷第一聲 並付諸實踐	開封日報	2015/12/17
四家美術館獲得第二批全國重點美術館授牌	中國經濟網	2015/12/17
第三屆中國音樂產業大會召開	中國經濟網	2015/12/18
中國遊戲產業海外拓展 「一帶一路」沿線成布局熱點	中國新聞網	2015/12/18
兩岸專家齊聚暢談「文化+」 園區建設要讓鏈接產生創新	中國經濟網	2015/12/18
超長片尾字幕折射中國電影進步	北京青年報	2015/12/18
中國文化大數據產業項目落戶貴陽	貴陽日報	2015/12/19
中國遊戲產業加速向產學研用一體化發展	中國新聞網	2015/12/19
硯山舉辦首屆「嘗新節」文化旅遊活動	硯山縣委宣傳部	2015/12/19
中日韓三國文化部長共商未來務實合作交流	中國新聞網	2015/12/20
依託制度創新 滬藝術品展示交易尋求政策優勢	東方網	2015/12/20
江蘇「旗袍春晚」揚州海選下月正式上演	揚子晚報網	2015/12/20
江西鄱陽將打造成為中國著名湖泊旅遊休閒目的地	江西網絡廣播電視臺	2015/12/20

標題	來源	日期
專家齊聚龍城把脈山西醋產業	山西新聞網-山西晚報	2015/12/20
廣西西林第五屆沙糖桔茶葉產業展示活動週開幕	人民網-廣西頻道	2015/12/20

四、英國

最近兩個月(10/21~12/20)的英國創意產業情勢動態，主要集中在產業人力、設計、音樂及電影產業的產業新聞，以及政府推動之相關產業政策。

整體創意產業方面，根據 Nesta 研究報告指出，英國創意從業人員占總就業人口的比例為 7.6%，為歐洲國家中排名第三，僅次於瑞典與芬蘭。另外，根據倫敦大學金史密斯學院與藝術創意機構的調查（調查對象包括電影、設計、畫廊、表演等藝術工作者），中產階級佔據主導創意產業的力量，英國創意產業正逐漸喪失多樣化與流通性；且也常出現被要求無給薪、無合約的現象，對於缺乏經濟支柱的年輕人越來越難跨入創意藝術相關工作，調查亦指出此現象將造成創意產業的封閉，缺乏多元開放性。

設計產業方面，根據英國設計委員會最新出版「設計經濟 2015」報告指出，2013 年設計相關產業活動貢獻了 717 億英鎊的經濟產值，且設計產業的廠商規模排名英國第九大，估計設計從業人員（包括設計產業及非設計產業）逾 158 萬人。該份報告更進一步指出投資設計產業有助於提升生產力、刺激成長、增加就業、促進出口市場等發展。

音樂產業方面，根據最新的音樂產業年度報告「Measuring Music 2015」，2014 年英國音樂產業貢獻 41 億英鎊的經濟產值，其中以現場音樂會表現最佳，較前一年度成長了 17%；音樂出口達 21 億英鎊，且出口值占整體英國音樂出版總收入的比例明顯提升很多，主要是因為多位英國歌手或團體在全球市場的成功所影響，由此顯見，英國音樂文化的軟實力逐漸增強。

另外，KPMG 針對英國廣播公司（BBC）對英國音樂產業的經濟影響所做的研究報告，指出 BBC 之音樂相關節目或活動，在規模與範疇上，對英國音樂產業確實有一定的影響力度。例如 2014 年 BBC 的音樂電視頻道平均每周約有 700 萬的收視人口、BBC 廣播節目平均每周約上千萬收聽人口；2015 年 3 月，平均播放超過 16,000 首獨特音樂，比其他商業電台播放的數量或時數來得高。另外，英國現場音樂表演場所不斷減少，以倫敦來說，近八年來音樂表演場所減少 35%，產業界人士擔心此現象將影響未來英國新音樂的發展。

電影產業方面，為防止電影院偷錄或盜錄情形，英國版權交易組織（FACT）將針對特定電影或假期尖峰，提供電影院員工雙倍獎金（約 1,000 英鎊）舉發偷錄或盜錄的行為，此政策將從 10 月再次開始直至 2016 年 1 月。其實在打擊盜版方面，創意英國亦為提升民眾及產業反盜版的認知，推出新的版權教育宣導計劃，該計畫之一系列活動包括廣告、宣導短片、消費者參與等，主要目標是提升為民眾對創意英國的價值的了解，以及促進使用者對於創意內容取得合法性的認知。

英國各地方創意產業政策方面，倫敦政府提出「A-Z 規劃與文化指南」，列出整合與保護文化的作法，以及支持新文化活動的發展策略。另外，創意蘇格蘭正擬修正其於 2014 推出的「2015-2017 創意產業策略」，該策略以投資、創新支援、資金支持、促進包容性及推動蘇格蘭國際化等為發展主要目標，期望藉由廣納業界、學者等專業意見，更加型塑蘇格蘭創意產業未來的發展。

至於有關教育學習政策方面，英國著名的教育訓練機構與創意企業合作，推出創新實習計畫，針對 16-18 歲年輕人提供為期 7 週的實習方案，實習領域包含時尚、音樂、視覺等創意相關產業。

國際合作方面，2015 為中英交流年，一年間中國大陸與英國陸續舉辦許多交流活動，如中英電影工作坊、展覽、合拍、倫敦國際電影節的焦點中國特展、2015 英國創意作品展等，加上 10 月份適逢中國大陸主席訪問英國之旅，更是促成中英簽署近 400 億英鎊的合作計畫，其中 3.25 億英鎊是與創意產業有關。例如繼中應合拍協議後，進一步簽署《關於電影合作備忘錄》、英國電視劇引進中國大陸、中英電影電視投資基金等，都為加速推動英國與中國大陸影視方面的合作。

表 5-4 英國文化產業情勢動態(10/21~12/20)

標題	來源	日期
UK signs £325m deal with China to boost creative and technology industries	growth business	2015/10/21
Sherlock Christmas special to be shown in cinemas across China	the guardian	2015/10/21
China boosts British TV links	broadcast	2015/10/21
Design contributes £71.7 billion to UK economy says Design Council report	dezeen	2015/10/22
KMPG report bigs up BBC's role in the British music industry's economic impact	complete music update	2015/10/22
中英 3.25 億英鎊「砸向」創意產業	一財網	2015/10/22
Creative industries strategy mirrors economic agenda	arts professional	2015/10/23
FACT doubles 'bounty' for catching movie pirates in cinemas	Wired.co.uk	2015/10/23
(Xi's UK Visit) Spotlight: China-Britain joint efforts on economic resurgence benefit Europe, world	Global Post	2015/10/23
BBC Earth & SMG Agree Feature Film Collaboration	News On News	2015/10/23
UK's live music scene in 'crisis', says 100 Club owner	miPRO	2015/10/23
John Kampfner, Creative Industries Federation	Broadcast	2015/10/23
「聚焦中國」倫敦國際華語電影節助力中英電影交流	北青網	2015/10/23
英財政大臣：須充分利用日益發展中國給英帶來的機遇	環球網	2015/10/25
Industry boost for anti-piracy awareness	Advanced Television	2015/10/26

標題	來源	日期
Small TV companies offer potential hits for angel investors	City A.M.	2015/10/26
中英務實合作成果「飛入尋常百姓家」	人民網	2015/10/26
中英協力促進創意科技產業發展	臺灣新浪網	2015/10/26
A Welcome New Chapter for the Copyright Challenge	Huffington Post UK	2015/10/27
UK ISPs back anti-piracy campaign	DigitalTVEurope.net	2015/10/27
中英成立首個影視投資基金 影視合作有望「常態化」	國際日報	2015/10/27
Mayor launches planning and culture guide	The Planner	2015/10/27
China, Britain launch film investment fund	gbtimes	2015/10/28
Darren Childs: TV needs more apprenticeships to rid industry of rich-kid privilege to land the best talent	Evening Standard	2015/10/28
Film and TV industries outperform economy	The Knowledge	2015/10/28
Channel 4 privatisation draws bid interest	Yahoo Finance UK	2015/10/31
Britain's Sun tabloid to scrap paid online subscription to boost readership	IBNLive	2015/10/31
2015 英國創意作品展：聽大師談創意那些事兒	新浪網	2015/11/1
Plans for Edinburgh 'festival tax' presented to MPs	Scotsman	2015/11/1
A borrower be: why the arts needs loans, not just grants	ArtsHub UK	2015/11/1
New Creative Traineeship Programme Launches	Bdaily	2015/11/1
Britain's creative industries can be even greater – if we learn to understand their true value	City A.M.	2015/11/2
National gaming archive would inspire the next Grand Theft Auto, report says	The Independent	2015/11/2
New report outlines £1bn boost to UK games sector	Develop	2015/11/3
Get It Right from a Genuine Site	RadioandMusic.com	2015/11/3
New \$77m UK-China film and TV fund set to launch	Screen International	2015/11/3
Value of U.K. Music Industry Grows to \$6.3 Billion	Billboard	2015/11/4
Music industry contributes £4.1 billion to UK economy	The 405	2015/11/5
UKIE details how to boost UK games industry by £1bn	MCV	2015/11/5
BBC launch BBC Store service	The List	2015/11/5
VisitBritain and the Great Britain Campaign uses latest Bond movie to promote tourism in Britain	Colombo Page	2015/11/5
Delivering public value: What should a future BBC look like?	Journalism.co.uk	2015/11/6
BBC Launches New Digital Download Service, BBC Store	MyTechBits	2015/11/6
British music artists contribute record £4.1 billion to UK economy in 2014	FinancialNews.co.uk	2015/11/6

標題	來源	日期
Scottish film and TV boosted by UK tax relief, says David Mundell	Scotsman	2015/11/8
10Mbps UK broadband guarantee, 4k premieres in Spain, 1Gbps tech coming to Virgin Media, and Burns warns no money in Channel 4 sell-off: DTG daily news, November 9th 2015	DTG	2015/11/9
Tax relief measures 'boosting film and TV productions in Scotland'	the extra	2015/11/9
2015 年英國音樂產業報告	中文互聯網數據資訊中心	2015/11/10
Creative England announce investment with Crowdfunder to fuel funds for creative industry projects	The Drum	2015/11/12
Sky Store joins FindAnyFilm.com	Advanced Television	2015/11/13
Netflix has scared TV networks into showing fewer ads	The Independent	2015/11/13
President of UK Theatre warns industry: 'expect hideous cuts'	The Stage	2015/11/13
New fund to inspire collaboration (Scotland)	BQ Live	2015/11/16
British Business Bank backs PE fund aimed at creative industries	Financial Times	2015/11/17
Creative cash	brand-e.biz	2015/11/17
Guardian Live: is education failing our economy?	The Guardian	2015/11/17
Equity fund pledges £40m for UK creative industries	Broadcast	2015/11/18
Focus on Education and the Video Games Industry Will Thrive	Huffington Post UK	2015/11/19
Diversity commitment should be in BBC charter, minister says	BBC News	2015/11/19
Middle class people dominate arts, survey finds	The Guardian	2015/11/23
Chancellor announces cuts to DCMS and DCLG	Museums Association	2015/11/25
Copyright legislation will destroy design publishing says Charlotte Fiell	Dezeen	2015/12/10
Britain is 'third most creative country in EU'	The Stage	2015/12/11
PRS for Music Foundation reveals latest artists to receive Momentum Music funding	Music Week	2015/12/15
Design industry should step in to plug education funding gap says Neville Brody	Dezeen	2015/12/15

五、美國

近期 (10/21~12/20) 美國新聞主要環繞在設計產業、電影產業、出版產業與流行音樂產業之文化現象與相關議題。

在設計產業方面，延續幾個月前設計師對導入原住民元素的關注，近期部分設計師對該議題有新的體悟及具體作法，如發起募資活動或以付費、投資方式協助原住民改善教育及其生活條件；運用媒體力量宣導原住民生活環境雨林濫伐問題之重要性，如為原住民朋友拍攝紀錄片及製作週邊商品，倡導與自然環境和平共存的願景；沿用原住民善待環境的理念設計環保素材衣物，也藉支持原民首領參與聯合國氣候變遷會議的交流機會，期盼喚起各界對環保議題的重視。

在電影產業方面，美國電影產業與中國之間的國際合作成為注目焦點。美國電影研究專家認為，好萊塢需要中國的電影市場和資金，中國需要好萊塢的國際市場經驗與技術，因此中美兩國的產業交流愈發頻繁是必然趨勢；但也有不少業內人士認為雙方雖各有所需，但互信不足，未來發展尚待觀察。

而在產學合作上，受惠於媒體創新整合應用模式逐步拉近產學間距離，線上平台(Macmillan learning)公告推出新作品，同時媒合線上讀者、學生及專家三方參與互動諮詢服務，其中眾多知名導演、作家、編輯、造型師等好萊塢電影幕後工作者攜手合作，參與平台影片媒體互動應用錄製，讓學習者對電影後製實況有更深一層的瞭解。

另一方面，好萊塢電影的個人持槍文化於戰爭片、西部片、動作片及恐怖片中表露無遺，影響大眾對美國的文化印象，美國槍械文化也成為近期備受爭議的文化現象之一。近年校園、電影院等公共場合大規模槍擊案頻傳，今年已發生超過 350 起槍擊案件，恐慌氣氛影響民眾的社會態度和危機意識，加上巴西國會有意效法美國，提出放寬武器持有限制草案，使政策當局重新檢討槍械持有的改革問題，也讓學者更加關心影視內容對少年身心發展之影響。

在出版產業方面，電子商務的迅速發展使傳統產業被迫轉型，跨國性出版商也難以倖免，如教科書商 McGraw-Hill、Bill Communications、Nielsen、Cahners Business Information、Johnson-Hill 等，這些 B2B 的出版商正逐漸相互併購，或因股權稀釋而被其他非出版相關業者掌控，甚至併購，而併購後存續的公司也因應科技潮流趨勢改變其服務型態。不過，電子商務也非無往不利，紙本書的銷售仍具市占率，因此電子出版業者正在嘗試不同型態，如 Amazon 選擇聚集美國及全球知名品牌商店的購物中心開設首家實體書店，提供實際的消費體驗場域。

在流行音樂產業方面，長期討論數位串流音樂與實體唱片的競合，包含藝術家的版權支付、商業模式與數位盜版等相關議題。過去的版權支付結構與制裁程序由 Copyright Royalty Board 掌控，其協議內容已不適用於現況，如廣播電台與網路電台播放歌曲的版

權拆分對象不同及其他版權相關爭議，多數人認為音樂價值應交由市場，政府愈早放手對創作者及表演者愈好，如今該項政策終於看到鬆綁的曙光。

另外，根據 CALinnovates 的調查，美國民眾普遍認為應打破唱片公司及集團持有較多利潤的現狀，53%的人認為唱片公司應該分少一點，讓創作者、表演者及串流業者得以生存，78%的人則認為音樂家（而非唱片公司）應以販賣串流音樂為主要收益。面對串流媒體歇業的假設，有 29%的人認為消費者將失去便於聽音樂的方式，更有 43%的人認為音樂家及創作者將因更頻繁的盜版而被淘汰。不過，業內人士表示，儘管音樂產業面臨的問題非常多，終會回歸於音樂作品的品質，因此對產業未來多包持樂觀態度。

表 5-5 美國文化產業情勢動態(10/21-12/20)

標題	來源	日期
'MicroCosmos: Details From the Carpenter Collection of Arctic Art' Review	Wall Street Journal	2015/10/28
The Wide, Wacky World of Frank Stella's Titles	Wall Street Journal	2015/10/28
John Lewis Christmas ad: social media reaction	Marketing	2015/11/6
Is This The Right Way For Fashion To Do Cultural Appropriation?	Huffington post	2015/11/6
Photographer Captures One Woman's Journey To Becoming A Nun	huffingtonpost	2015/11/9
Film Industry Experts Share Experience with Aspiring Filmmakers and Students	PRWEB	2015/11/12
Michael Gross, who created 'Ghostbusters' logo, dies at 70	Wall Street Journal	2015/11/17
Frylight seeks agency ahead of new activity	CampaignLive	2015/11/19
Josh Moon: U.S. gun culture deadlier than Islamic extremists	Montgomery Advertiser	2015/11/14
Nostalgia Is Ruining Video Games	The Atlantic	2015/11/22
New Two Billion Dollar Strategic Intellectual Property Entertainment Fund Formed	mi2n	2015/11/22
美國華人：餐飲協會以功夫熊貓宣揚中餐文化	東網	2015/11/23
Hengdian Entertainment Co. Ltd. Enters IMAX Business With 5-Theatre Agreement In China	PR Newswire	2015/11/23
How Innovation Can Sustain the Music Industry	Huffington Post	2015/11/23
美國實體商店叫板電商：用手機 App 奪回消費者	新浪網	2015/11/24
美元升值美國人旅遊創紀錄	和訊網	2015/11/24
與好萊塢合作 中美電影走向雙贏	人民日報	2015/11/24
US museum launches digital arts exhibition on H1B visa	Business Standard	2015/11/24
美國華人：首屆美國華人文創大賽 圓滿落幕	東網	2015/12/1
No, the Internet didn't kill the album star	New York Post	2015/12/1
Survey Aims To Remove Doubt About Film Industry	NolaVie	2015/12/7
The best (and worst) US culture 2015: comedy	The guardian	2015/12/10

標題	來源	日期
The best (and worst) US culture 2015: Film	The guardian	2015/12/11
Cultural And Creative Industries Fuel Global Economy And Provide 29.5 Million Jobs Worldwide	mi2n	2015/12/13
Ad Blocking Has Penetrated Pop Culture	The Wall Street Journal	2015/12/14
The best (and worst) US culture 2015: Country	The guardian	2015/12/15
As the Future of Music Streaming is Decided, Americans Say that Labels and Industry Groups Should Get Smaller Piece of Revenue Pie	USNewswire	2015/12/15
Countering the Counterfeit Art Market	Santa Fe Reporter	2015/12/15
電商逆襲實體書店，所為何事？	新民周刊	2015/12/16
Deregulate the Music Industry	Bloomberg	2015/12/16
Tinseltown's comeback: Los Angeles' resurgence as America's cultural capital	The Guardian	2015/12/17

六、新加坡

最近兩個月(10/21~12/20)的新加坡創意產業情勢動態，主要集中在數位內容、藝術、流行音樂方面新聞，以及對於政府相關藝術補助政策的論戰。

在全球各大城市競逐成為全球內容中心的浪潮下，近期有媒體提出觀察，認為新加坡有機會成為全球數位媒體中心，理由有四：新加坡本身具有多元交融的文化背景、國際失知名娛樂業龍頭紛紛於新加坡設立亞洲據點、透過舉辦大型媒體會展（例如即將於11/26~12/6 登場的新加坡媒體節）來吸引國際內容業者、新加坡影視作品逐漸獲得海外觀眾的喜愛。不過近期也有線上人力招募公司發表最新觀察，指出新加坡 2014 年 9 月至 2015 年 9 月期間，廣告、市場行銷、媒體、娛樂部門的徵才需求較前一年下滑，顯示相關產業面臨景氣前景不明而採取用人保守的態度。除了產業面臨短期景氣不振的問題外，近期 SAE 創意媒體學院也宣布將於明年十月結束在新加坡設立長達 25 年的據點，主因是不堪經營成本的上升及相關學程修業人數的下滑。

在藝文界動態方面，目前新加坡藝文界出現一股於深夜舉辦展覽、節慶、流行音樂表演等聚會的風潮，如今包括新加坡美術館（Singapore Art Museum）、土生華人博物館（Peranakan Museum）、舊國會大廈藝術之家（The Arts House）等現在都有因應這股潮流而在凌晨至早上持續開館的做法。另外，藝術登陸新加坡藝博會也發布明年展期為 1/21~1/24，藝博會主題為城市化（urbanisation），預計將與建築師、社會科學家、都市計畫者等共同討論城市化現象藝術可以為都市化帶來哪些改變。而近期新加坡藝文界也對於政府補助藝術的政策引起熱議，起因是新加坡藝術界批評政府補助藝術創作的限制過多，而新加坡國藝會理事主席則撰文回擊藝術自由創作不能脫離社會現實，表示

政府補助有其法定程序要求，而新加坡藝術界又再度針對國藝會理事主席的觀點撰文回擊。另外，以「The Future of Us」為主題的特展也正開展，該展特色是藉由六個展區，讓觀眾親自體會 2030 年未來新加坡的社會場景。而近期藝術產業界也關注到，雖然新加坡藝術作品的市場價格近年有所提升，但相較於其他市場而言，新加坡本土藝術家的作品仍明顯被低估。

在設計產業方面，近期最受關注的動態發展為新加坡獲聯合國教科文組織指定為創意設計之都，成為東南亞唯二的兩個創意設計之都之一。而即將在 2016 年邁入第三屆的「新加坡設計週」近期也來臺舉辦相關活動。

在影視產業方面，近期關注的焦點為亞洲電視論壇及內容交易市場 (Asia TV Forum & Market, ATF)、新加坡影匯 (Screen Singapore, SS)等會展活動的舉辦，為各國影視產業從業者展示新加坡影視內容的高品質。

在流行音樂方面，近期部分原本於香港設立據點的國際知名獨立樂團開始於新加坡設立分支據點，此舉引發香港流行音樂界熱議國際獨立樂團是否將遷離香港，不過這些樂團目前都表示於新加坡設立據點並非要放棄香港的據點。

在遊戲產業方面，GameStart Asia 遊戲展於 11 月中開展，許多國際知名遊戲廠商紛紛參展，展期期間共吸引近 17,000 名觀眾進場。

表 5-6 新加坡文化產業情勢動態(10/21~12/20)

標題	來源	日期
4 reasons Singapore is poised for success as a global hub for content creators	Mashable	2015/10/22
Event organisers recognised at Singapore Experience Awards	CEI Asia	2015/10/22
Malaysia, Singapore and Philippines see marketing and advertising hiring activity drop	Mumbrella Asia	2015/10/26
Singapore Media Festival unveils speaker and content line-up, expects 17,000 people to attend	Mumbrella Asia	2015/10/29
Good night, art	The Straits Time	2015/10/29
Next year's Art Stage Singapore art fair to launch talks and exhibition on theme of urbanisation	The Straits Times	2015/11/5
The tough balancing act of arts funding	The Straits Times	2015/11/7
中國和新加坡建立與時俱進的全方位合作夥伴關係	國際日報	2015/11/8
Local indie promoters move to Singapore, but aren't giving up on the Hong Kong scene	Hong Kong Free Press	2015/11/13
Moveable feast for moviegoers	THE BUSINESS TIMES	2015/11/13

標題	來源	日期
Singapore's 6 key growth industries in 2016	Singapore Business Review	2015/11/17
Freer rein needed for artistic excellence	The Straits Times	2015/11/19
Asia's video game scene has a new player: Singapore	CNET	2015/11/22
Art for the people: Singapore opens its HK\$2.9b National Gallery	South China Morning Post (subscription)	2015/11/23
Creative media school to shut down next October	The Straits Times	2015/11/27
Review: Singapore: Inside Out	TODAYonline	2015/11/28
Prices are up but S'pore art is 'still undervalued'	The Straits Times	2015/11/28
Future of Us exhibition opens to the public	Channel News Asia	2015/11/30
3 reasons why Singapore is destined to be the next design capital of Asia	Mashable	2015/12/1
Singapore Presents Quality Content at Asia TV Forum & Market and ScreenSingapore 2015	PR Newswire (press release)	2015/12/1
Creators' Space to open in Singapore in 2016 to help online content creators	The Straits Times	2015/12/1
Art Stage Singapore founder brings message of art's growing reach to Manila	Inquirer.net	2015/12/6
Singapore Jewellery & Gem Fair 2015: A Triumphant Chapter for International Fine Jewellery	PR Newswire (press release)	2015/12/8
Designed to succeed	AsiaOne	2015/12/9
Singapore designated UNESCO Creative City of Design	Channel News Asia	2015/12/12
2016 新加坡設計週：臺星設計師交流盼創「新」價值	yam 天空新聞	2015/12/16