

105 年第 3 期(6 月號)

文化 產業

雙月報

訊息及趨勢分析

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、文化產業國內外市場動態之專題分析.....	8
一、網路粉絲經濟時代的全球 IP 劇熱潮	8
二、2015 年全球流行音樂市場發展概況.....	11
三、全球圖書出版市場現況分析及趨勢預測.....	15
第貳部分、市場觀點.....	19
一、【電視】臺灣影視跨界應用 IP 的價值與困境：專訪影視導演林子平導演.....	19
二、【流行音樂】音樂著作權的困境與未來對策：專訪台北市音樂創作職業工會彭季康常務理事.....	21
三、【出版】數位出版獲利模式探討：專訪城邦文化事業股份有限公司數位出版部祝本堯協理.....	23
第參部分、專家論壇.....	27
老屋熱潮值多少？「老屋欣力」運動催化下台南的經濟與文化價值新思維／顏世樺執行長.....	27
第肆部分、國家專題.....	33
英國 2016 文化白皮書與文化發展方向.....	33
一、英國文化白皮書核心價值.....	33
二、英國文化發展方向.....	33
三、結語.....	38
第伍部分、重要國家文化產業情勢動態.....	39
一、日本.....	39
二、韓國.....	41
三、中國大陸.....	44
四、英國.....	56

五、美國.....	58
六、新加坡.....	60

表目錄

表 1-1	2014 年~2016 年上半改編自網路漫畫之韓劇列表.....	10
表 5-1	日本文化產業情勢動態(04/21~06/20).....	40
表 5-2	韓國文化產業情勢動態(04/21~06/20).....	42
表 5-3	中國大陸文化產業情勢動態(04/21~06/20).....	47
表 5-4	英國文化產業情勢動態(04/21~06/20).....	57
表 5-5	美國文化產業情勢動態(04/21~06/20).....	59
表 5-6	新加坡文化產業情勢動態(04/21~06/20)	61

圖目錄

圖 1-1	中國大陸全版權操作範疇.....	9
圖 1-2	2005 年~2015 年全球流行音樂產業收益.....	13
圖 1-3	全球圖書出版市場實體書籍與數位出版收入占比.....	16
圖 4-1	英國文化的經濟價值(全國毛附加價值 GVA).....	33
圖 4-2	英國不同社會經濟群體文化活動參與比例.....	34
圖 4-3	英國不同社經背景之群體於創意經濟的就業人數.....	35
圖 4-4	英國文化單位之平均收入來源結構.....	37

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。

雙月報的固定內容包含五大部分，文化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，針對國內文化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、文化產業國內外市場動態之專題分析

一、網路粉絲經濟時代的全球 IP 劇熱潮

近年亞洲吹起一道 IP 熱潮，IP 為 Intellectual Property 的縮寫，原指智慧財產，自從 IP 一詞被中國大陸廣泛延伸運用，發展出 IP 劇、大 IP 等概念後，其指涉的概念已與原意有所不同，凡是有粉絲支持為基礎，可改編成電影、電視、遊戲的故事文本或流行文化，都可以稱作 IP，現也成為亞洲地區多能理解的通用語。

跨文本改編一直是內容創意的重要來源，而非創新的做法。不過，在全球化與網路時代下，如今的翻拍或再創作所建構的價值與週邊效益已然不同於往，IP 指涉的對象除了文本本身，也隱含了其背後龐大的延伸價值。以下先簡述跨文本改編電視劇的模式演變，而後以他國運用網路文本的經驗模式為例，檢視臺灣現況。

(一) 跨文本改編的模式演變

跨文本改編的模式和特性隨著時代轉變，最常見的模式是以小說、漫畫等結構完整的前文本進行跨文本翻拍。跨國翻拍電視劇也是常見的模式，以相似的敘事結構進行在地化詮釋。以亞洲相鄰國家而言，在 2001 年至 2010 年間，以日本漫畫為原作進行跨國電視劇翻拍的例子相當多，許多知名漫畫皆有多國電視劇版本，近年韓國新製的《交響情人夢》也在此之列。2013 年之後，各國取用的文本轉以當地高收視率電視劇為主，例如，韓國積極尋找華語 IP，包括《我可能不會愛你》、《敗犬女王》、《命中注定我愛你》、《步步驚心》等，中國大陸也取用韓劇《宮》來進行翻拍，韓劇《原來是美男》則有日本版和中國版。另一方面，影視 IP 的跨國應用大多發生在鄰近國家或文化相互影響度較高的國家之間，但近年也可看到跨文化翻拍案例，如韓劇《Good Doctor》被翻拍成美國影集。

從其他模式來看，不同媒體內容的翻拍（指相同故事而非續作）以動畫改製最常見，日本和美國皆擅長於此；過去也不乏電影跟電視之間的翻拍案例，亞洲地區以日本較常運用。不過，不同媒體內容的翻拍模式近年傾向以電影為目標，轉製成電視劇集的案例大幅減少。反覆翻拍同一電視劇也是經典模式，每隔 10~20 年就會再製，華語電視最經典的例子是武俠小說改編的電視劇，而日本一直也有反覆重製經典 IP 的習慣。

不過，現在 IP 運用的模式多樣化，內容體現的方式也有跨媒體的傾向，已不能用單一模式定義，其中亦包含舊題材新創作、延伸創作等。如英國 BBC 的《新世紀福爾摩斯》，是在經過許多改作作品後另起的成功新作，在原文本的基礎之上開創全新局面，英國甚至出現名為 sherlockology 的網站，利用網路連結全球粉絲，其帶動的物質消費及觀光等經濟效益遠大於劇集本身，反映粉絲經濟時代的能動性。

(二) 運用網路 IP 創造粉絲經濟

1. 中國大陸以網路小說為核心

文學改編影視內容在中國大陸不是新興模式，過去是從出版文學或小說著手，現在則是以網路小說為核心。約自 2008 年，中國大陸業者就相中網路小說的潛力，2010 年之後，人氣網路小說改編似乎成為收視保證，如《步步驚心》、《後宮甄嬛傳》、《花千骨》、《瑯琊榜》、《芈月傳》、...等，知名的成功案例不勝枚舉。因此，中國大陸的網路小說版權現在非常搶手，不僅要在小說剛發布時入手，價碼更是不斷抬高，除了一流 IP，二、三流 IP 也都是目標對象。

中國大陸對於網路小說 IP 的應用不只是影視內容的改編，在思考上更傾向全版權、一條龍的模式，包括書籍出版、影視作品、動漫作品、周邊商品、遊戲開發製作等，如《花千骨》除了劇集也推出手遊，擴大觸及的粉絲群。中國大陸現已有專門經營全版權的業者，企圖創造出更多延伸價值。以盛大文學為例，其透過全方位的開發、行銷、策略規劃及支持系統，不僅便於國際推廣，更形成一源多用、相互複製改編的版權應用網絡，擴大網路小說版權經營產業鏈的範圍與模式¹。



圖 1-1 中國大陸全版權操作範疇

資料來源：本文自行繪製

2. 韓國密集開發網路漫畫 (Webtoon)

韓國網路漫畫(Webtoon)已發展多年，具有一定的成熟度，其題材能與電視原創劇本互補，經過市場驗證的熱門作品也可以降低風險。自 2014 年開始，翻拍自韓國網路漫畫的電視劇或網路劇陸續出現，在海內外皆獲得關注及好評的《未生》便是最成功的例子，其他如《Frost 醫生》、《浩九的愛情》、《看見味道的少女》、《奶酪陷阱》... 等等，在網路上皆有一定的討論度。

以首開先局的 tvN 為例，tvN 為韓國娛樂集團 CJ E&M 旗下的綜合娛樂頻道，是韓國少數具有高收視率的有線電視頻道，開台至今步入第 10 年，致力於開發獨具特色的原創節目，戲劇節目題材與風格也較三大電視台具有多元創作空間。tvN 率先看上網路漫畫的可能性，也祭出成功作品，因而帶動韓國三大電視台的投入，開創韓國新一波的網路漫畫改編風潮。

¹參考自謝奇任，2016，《致我們的青春：臺灣、日本、韓國與中國大陸的網路小說產業發展》。

韓國開發網路漫畫 IP 的情形相當密集，從 2014 年年底至 2016 年上半年已超過 20 部的作品，其中亦包括網路劇的案例。事實上，人氣網路漫畫改編不一定等於收視保證，除了版權買賣的成本之外，也會遇到改編過程的限制，但韓國電視台仍紛紛投入，此現象亦反映韓國電視產業對民眾觀影行為轉變及網路社群連結的掌握與重視。

表 1-1 2014 年~2016 年上半年改編自網路漫畫之韓劇列表

作品名稱	播映年月 (韓國)	首播頻道 (韓國)	韓國網路漫畫原作
未生	2014 年 10 月	tvN	未生
Frost 醫生	2014 年 11 月	OCN	Frost 醫生 (神探佛斯特)
海德、哲基爾與我	2015 年 1 月	SBS	哲基爾博士是海德
浩九的愛情	2015 年 2 月	tvN	浩九的愛情
Super Daddy 烈	2015 年 3 月	tvN	Super Daddy 烈
看見味道的少女	2015 年 4 月	SBS	看見味道的少女
橘子果醬	2015 年 5 月	KBS 2TV	橘皮馬末蘭果醬
皇太子的王子	2015 年 5 月	KBS	皇太子的王子
我們分手了	2015 年 6 月	Naver (網路) On Style (有線電視)	我們分手了
Last	2015 年 7 月	JTBC	首爾站露宿者們的順序
夜行書生	2015 年 7 月	MBC	夜行儒士
錐子	2015 年 10 月	JTBC	錐子
想像貓咪	2015 年 11 月	MBC every1	想像貓
奶酪陷阱	2016 年 1 月	tvN	奶酪陷阱
鄰家律師趙德浩	2016 年 3 月	KBS	鄰家律師趙德浩
Good Bye Mr. Black	2016 年 3 月	MBS	Good Bye Mr. Black
Master-麵條之神	2016 年 4 月	KBS	麵條之神
好運羅曼史	2016 年 5 月	MBC	好運羅曼史
人魚王子	2016 年 5 月	MBC	Cat & Dog
打架吧鬼神	預計：2016 年 7 月	tvN	打架吧鬼神
雲畫的月光	預計：2016 年 8 月	KBS	雲畫的月光

資料來源：本文整理自「Korea 韓星屋《各年度韓劇列表》」²

(三) 結論與反思

1. 他國經驗小結

從中國大陸及韓國的經驗，可以歸整出一些共通性：

(1) 文本特性連結社群互動，易於改編

網路小說和網路漫畫具有共同特色：一、在本質上皆為數位文本，易於傳播；二、連載具有時間延續性；三、發布平台具有網路社群互動的特性。這些特質皆有助於跨地域、跨族群地聚集粉絲，並建立觀者的認同感與黏著度。同時，網路小說具有章節段落，網路漫畫具有分鏡特性，這些因素也使之易於與影視內容進行跨文本改編及互動。

(2) 前文本產業具規模

²日期截至 2016 年 6 月上映為止，參考網址：<http://blog.xuite.net/spring456/korea?st=c&w=273462&p=1>。

無論是中國大陸的網路小說或韓國的網路漫畫，其自身產業發展有一定的成熟度，加上網路社群滲透生活，在市場驗證上具有一定的基礎及參考價值。

(3) 主流媒體投入

這些成功的 IP 劇大多由主流電視台製作，或由集團投資合作，並在強勢的平台或頻道播出，顯示主流電視頻道和網路平台對觀眾的影響力仍具主導性。

(4) 在地原創 IP，產業鏈整合

中國大陸的全版權壟斷模式，以及韓國的集團式整合，皆使產業鏈的連結更緊密，加上在地原創 IP 與當地觀眾的連結性強，在應用上也易於操作，整體增加了 IP 應用的延展性。同時也成功在不違反原始 IP 的核心價值之下，運用新的技術，結合卡司或明星，創造新的亮點、命題與意義。

2. 反觀臺灣現況

除了電影作品（如《那些年，我們一起追的女孩》）外，臺灣電視劇過去也不乏有本土 IP 的改編，也有從小說改編的《徵婚啟事》、《一把青》，及採用延伸創作 IP 應用模式的《滾石愛情故事》等電視作品。不過，目前國內採用的臺灣原創 IP 大多是過去的作品，缺乏即時性和互動性；而臺灣的網路小說或漫畫發展，在國內長期缺乏廣泛性的市場驗證平台與社群傳散脈絡，恐怕難以應付影視內容的需求。當然，也有人將目光轉向 PTT、Dcard 等文字敘述性及創作空間較高的社群平台，或試圖朝素人影音創作、網路插畫等活動力較高的方向下手，可惜目前成效有限，尚待更多的嘗試與驗證。

因此，製作業者及頻道業者的思維及眼光應隨網路時代轉換，正視臺灣先天體質的不同，瞭解臺灣的創作脈絡及粉絲活動模式，同時拋開舊有的窠臼、實際嘗試投入，進而在網路粉絲的應用上找到屬於臺灣的優勢，建立拓增內容經濟價值的成功模式。

二、2015 年全球流行音樂市場發展概況

根據 MCSC（中國音樂著作權協會）所引用 IFPI（國際唱片業協會）在 2016 年所發布的全球流行音樂報告顯示，2015 年全球流行音樂收益成長 3.2%，其中數位音樂銷售首度超過實體音樂銷售，佔全球流行音樂收益約 45%。而全球數位收益部份成長 10.2%，其中數位串流收益大幅成長 45.2%，佔全球數位收益的 43%³。其他全球流行音樂指標則分別為：

- 實體音樂收益下降 4.5%。
- 在廣告支持的使用者上傳服務部份，其觀眾數約為 9 億，是全球最大的觀眾群。

³ 中國音樂著作權協會. (2016) IFPI 發佈《2016 全球音樂市場報告》——觸底反彈，音樂又回來了。網址：<http://www.mcsc.com.cn/imS-14-1515.html> (瀏覽日期: 27 June 2016).

- 預估全球音樂產業收益中，約有 4% 來自廣告支持服務的收益。
- 下載音樂的收益較 2014 年下降 10.5%。

經由上述的統計數據顯示，2015 年流行音樂產業最重要的趨勢變化為數位音樂收益首次超越實體音樂收益。此現象反映了流行音樂產業如何適應數位化時代，透過數位化使自己變得更加聰明且強大。透過全球流行音樂產業收益的變化，可發現流行音樂產業已能接受各種能提供給消費者音樂服務的數位音樂類型，並且為使音樂類型更加符合消費者需求，流行音樂產業更加專注於投資音樂創作者和培養音樂人才，以吸引更多世界各地的聽眾。

根據德國統計網站 Statista 的 2005 年-2015 年全球流行音樂產業收益統計數據顯示，2005 年全球流行音樂產業總收益為 200 億美元，其中實體音樂為 179 億美元 (89.5%)、數位音樂為 11 億美元 (5.5%) 以及演出版權為 10 億美元 (5%)。但受到盜版、免費影音平台盛行，全球流行音樂市場的收益自 2005 年後便呈現逐年下降的趨勢。2014 年全球流行音樂產業總收益為 145 億美元，其中實體音樂為 61 億美元 (42%)、數位音樂為 61 億美元 (42%)、演出版權為 20 億美元 (14%) 以及同步演出為 3 億美元 (2%)。透過歷年全球流行音樂的總收益組成，可發現實體音樂的收益下降最為嚴重，而數位音樂的收益則逐年增加。至 2015 年全球流行音樂產業的收益為 150 億美元，其中實體音樂收益為 58 億美元 (38.67%)、數位音樂收益為 67 億美元 (44.67%)、演出版權收益為 21 億美元 (14%) 以及同步演出收益為 4 億美元 (2.67%)⁴。

經由全球流行音樂產業的總收益結構，發現流行音樂產業過往的主要收益來源為實體音樂收益，但 2015 年卻首次出現數位音樂的收益超越實體音樂的收益，其驅動數位音樂收益提高的因素來自串流音樂，串流音樂的成長抵銷了下載音樂與實體音樂收益的下降，2015 年串流音樂的收益較 2014 年成長 45.2%。全球流行音樂產業經過近十年的負成長，最終迎來正向趨勢，此現象正反應了唱片公司的轉變，唱片公司轉為瞭解與貼近消費者行為、主動授與使用權、持續投資音樂人才以及為全球聽眾持續帶來創作新銳。

⁴ Statista. (2016) Recorded music market revenue worldwide 2005-2015. Available at: <http://www.statista.com/statistics/292081/music-revenue-worldwide-by-source/> (Accessed: 27 June 2016).

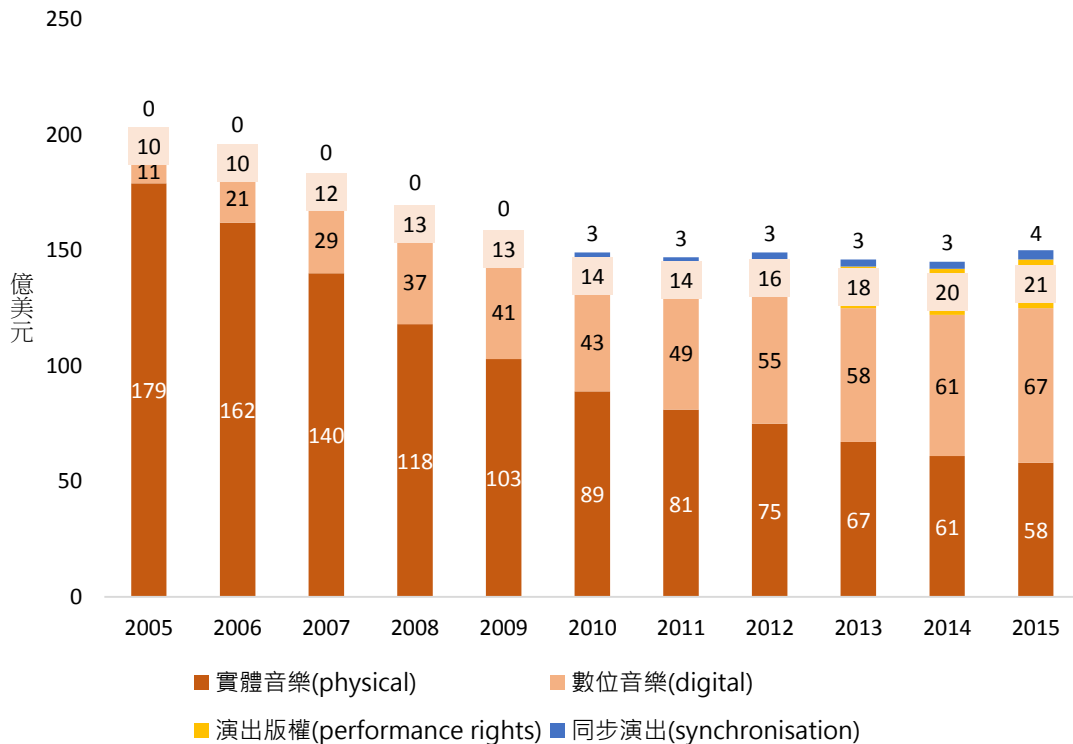


圖 1-2 2005 年~2015 年全球流行音樂產業收益

資料來源：Statista，<http://www.statista.com/statistics/292081/music-revenue-worldwide-by-source/>。本文繪製。

根據 IFPI 執行長 Frances Moore 在加拿大 CMW (Canadian Music Week) 演講表示，數位時代的盛行，固然促使唱片公司更加專注於發掘創作者的價值，並更加智慧化的經營唱片公司，2015 年全球流行音樂產業也首度回復為正成長。但即便如此，在流行音樂產業中，“價值差距”仍對流行音樂產業造成極大的困擾。“價值差距”不僅對唱片公司形成影響，也將影響創作者、投資者以及音樂版權擁有者等整個流行音樂產業⁵。目前流行音樂產業收益之所以能呈現正向成長，主要是來自數位音樂收益的大幅成長，但在“價值差距”（來自消費者享受音樂所帶來的娛樂與音樂相關業者所獲得的收益之間的不對稱）之下，若音樂收益未能回到正確的版權權利人手中，將影響未來流行音樂產業的發展。

根據英國《衛報》整理 IFPI《2016 年全球流行音樂報告》，關於音樂訂閱服務與廣告支持服務的統計數據顯示，2015 年全球使用音樂訂閱服務的人數估計為 0.68 億，而音樂訂閱服務的收益則估計為 20 億美元；反觀使用廣告支持服務的人數為 9 億，但廣告

⁵ Jones, R. (2016) IFPI's Frances Moore talks value gap at Canadian music week. Available at: <http://www.musicbusinessworldwide.com/ifpis-frances-moore-talks-value-gap-canadian-music-week/> (Accessed: 27 June 2016).

支持服務的收益則僅為 6.34 億美元⁶。透過檢視音樂訂閱服務與廣告支持服務間的使用人數與收益差異，可發現在廣告支持服務之中，雖使用者高達 9 億，但流行音樂產業所獲得的收益卻僅有 6.34 億美元；反之，音樂訂閱服務的使用人數不到廣告支持服務使用者的 8%，其收益卻比廣告支持服務多出 215%。

說明“價值差距”的最佳案例為 YouTube，依 YouTube 所公佈的統計資料顯示，YouTube 的使用者人數已突破 10 億人，約為全球使用網路網路口口的 1/3，而在版權支付部份，Youtube 從 2007 年推出 Content ID 系統至 2014 年 10 月為止，總計僅支付 10 億美元的版權費。根據英國《金融時報》報導目前三家國際唱片公司-環球音樂 (Universal Music)、華納 (Warner) 以及索尼 (Sony) 正在與 Youtube 重新討論線上授權的合約。唱片公司認為 Youtube 每年支付給唱片公司的版權費用明顯低於其他音樂串流平台 (如：Spotify 與 Deezer 等) 每年支付給唱片公司的版權費用。以瑞典商 Spotify 為例，Spotify 平均每個用戶每年支付 18 美元給唱片公司，但預估 Youtube 平均每個用戶每年僅支付 1 美元給唱片公司⁷。

事實上，使用 YouTube 上傳服務的使用者宣稱他們在自己平臺上使用或上傳音樂並不需要音樂授權或支付較低的版權費率，甚至他們宣稱此機制是來自於“安全港”機制 (“safe harbour” ，此機制主要是為早期網路發展時，保護被動的第三方不受版權追究，並擁有法律責任的豁免權)。目前“安全港”機制已造成流行音樂產業不公平的協商環境、未公平的給付給版權所有者以及流行音樂產業公平競爭的基礎被削弱等影響。

現今全球各國音樂領域的權利人正致力透過立法手段，遏止“安全港”機制促使流行音樂產業權利受到侵害的行為，流行音樂產業的相關人士認為不應該有任何數位平台將其主要商業業務建構在音樂或其他創意內容時，還被允許依照“安全港”機制運作，特別是當他們的利益來自網路上的音樂。在國外知名樂手 Nikki Sixx 日前公開對 YouTube 提出抗議的聲明中，其中一項聲明便直指美國《數字千年法案》(Digital Millennium Copyright Act，簡稱 DMCA) 中過時的“安全港”機制，使得 YouTube 得以持續上傳違法的影音內容，卻不會因為平臺中違法的影音內容而受到起訴⁸。而今年 (2016)6 月時，有超過 180 位國際知名歌手 (如：Taylor Swift、U2 等) 向美國國會提交公開信，提出對於 1998 年美國 DMCA 的不滿，並呼籲美國國會應展開相關的改革措施，以平衡創作者與 (利用音樂營利) 公司間的利益。⁹

⁶ Forde, E. (2016) Is YouTube a music industry devil or buzz-making deity? Available at: <https://www.theguardian.com/music/musicblog/2016/apr/19/youtube-a-music-industry-online-music-streaming> (Accessed: 27 June 2016).

⁷ Gapper, J. (2016) YouTube is big enough to take responsibility for piracy. Available at: <http://www.ft.com/cms/s/0/e874d328-1c43-11e6-a7bc-ee846770ec15.html#axzz4CxXOCG00> (Accessed: 27 June 2016).

⁸ Worldwide (2016) YouTube risks doing ‘irreparable damage to the future of artists’. Available at: <http://www.musicbusinessworldwide.com/youtube-risks-doing-irreparable-damage-to-the-future-of-artists/> (Accessed: 27 June 2016).

⁹ Levine, R. (2016) Taylor Swift, Paul McCartney among 180 artists signing petition for digital copyright reform. Available at: <http://www.billboard.com/articles/news/7408970/taylor-swift-paul-mccartney-180-artists-signing-petition-digital> (Accessed: 27 June 2016).

此爭議的核心在於當前網路規範更傾向於提供消費者更加有利的網路服務，而不是創造流行音樂市場參與者間的公平競爭環境。針對“價值差距”的課題，2015年歐盟委員會就曾公開表示音樂、其他創意內容以及網路服務已成為經濟成長的重要動能，未來應設立相關法令予以管制。隨著“安全港”機制的爭議在歐洲持續發酵，今年（2016）歐洲議會的58名成員，特別提醒歐盟委員會應盡快釐清YouTube在著作權法下，所應受到保護的權利範圍為何，並呼籲歐盟委員會應提出合適的法案，使創作者、版權擁有者以及消費者能確立各自所享有的法律保障為何¹⁰；美國著作權辦公室與眾議院司法委員會則分別檢視DMCA的“安全港”機制以及著作權法。解決“價值差距”的策略將是未來流行音樂產業所關注的重點，創造能提供所有流行音樂市場參與者都能公平競爭的環境，才能促進全球流行音樂產業的成長。

三、全球圖書出版市場現況分析及趨勢預測

近年來科技進步所引領之數位媒體發展趨勢，大幅改變文創產業生態；而消費者行為轉變，更進一步催化市場結構重組與資源重分配。網路數位平台與多元娛樂隨身裝置普及，雖得有效增加消費者觸及圖書出版資訊機會，然此亦導致業者面臨其他傳播媒體服務，如影視音數位匯流廠商之競爭衝擊，從而引致數位內容產業間勢力版圖此消彼長。於產業型態明顯變革與發展轉捩之際，本文將歸納綜整資誠全球聯盟組織（PwC Global）發布之「2016至2020年度全球娛樂及媒體產業展望報告（Global entertainment and media outlook：2016-2020）」（簡稱PwC）圖書出版相關內容，概述全球、臺灣以及亞洲鄰近諸國之市場現況，並進一步分析探討未來全球產業發展趨勢。

（一）全球圖書出版市場現況及預測

據PwC報告所載，成熟市場如歐美、東北亞區域之平板電腦與智慧型手機普及比例提高，並且法律、醫學專業書籍輕量化，旅遊書籍便攜性等需求持續增加，係驅動未來全球數位出版市場收入成長關鍵因素。另一方面，受紙質兒童讀物與著色書觸感體驗難以取代，開發中國家民眾多數維持購置成本相對低廉之傳統出版品等消費偏好影響，實體書籍市場衰退頹勢呈微幅趨緩。整體而言，未來五年圖書出版市場（涵蓋實體與數位型態之一般、專業與教育類書籍），將以年均複合成長率（Compound annual growth rate, CAGR）1.7%之速度成長，由2015年1,132.5億美元增加至2020年1,229.5億美元。值得關注的是，受惠於數位匯流訂閱平台使用程度增加與電子書獨立自助出版趨勢興起，從而使數位出版升勢抵銷實體出版衰退跌幅，預估未來其占整體產業收入比重亦將由2011年7.11%攀升至2020年24.50%。

¹⁰ Jones, R. (2016a) After artists slam DMCA, now YouTube faces safe Harbour heat in Europe. Available at: <http://www.musicbusinessworldwide.com/after-artists-slam-dmca-now-youtube-faces-safe-harbour-heat-in-europe/> (Accessed: 27 June 2016).

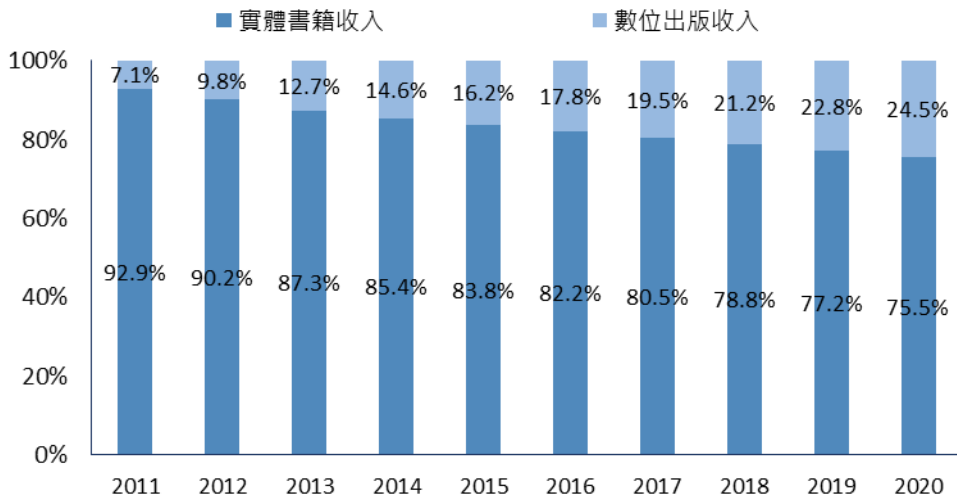


圖 1-3 全球圖書出版市場實體書籍與數位出版收入占比

資料來源：Global Entertainment and Media outlook：2016-2020，本文彙整

(二) 臺灣圖書出版市場現況及預測

PwC 數據顯示，實體圖書飽受影視音數位匯流娛樂競爭與閱讀人口持續遞減影響，近年一般類與專業類實體書籍市場續呈持平甚或衰退態勢，而於總體經濟前景未明及出版產業創新商業模式尚未建構完善之景況下，或難帶動消費者增加購書預算，預估未來五年此兩類型市場收入將維持萎縮狀態，年複合成長率分別為-0.18%與-3.96%。惟教育類實體書籍呈穩定發展趨勢，預估將以年均複合 3.81% 速率成長，自 2015 年 2.97 億美元增加至 2020 年 3.38 億美元。

就數位出版而言，國內多數出版業者看好數位閱讀休閒商機，進而加速朝此發展趨勢轉型，加上相關數位平台應運而生與電子閱讀設備接續引進，未來市場可望續呈現成長態勢。據此，PwC 預估臺灣一般類數位圖書收入將由 2015 年 0.28 億美元以年複合成長率 29.2%，攀升至 2020 年 1.02 億美元。

另一方面，我國公共圖書館與定期舉辦之臺北國際書展業亦對提升國民閱讀率，增加圖書市場收入貢獻良多，其對強化出版產業活力與開發市場商機顯有成效。儘管 2015 年臺灣文化創意產業發展年報所估算之近幾年出版產業營業額呈現緩步下滑態勢，然 PwC 仍樂觀展望未來臺灣出版市場發展，預測未來五年市場收入將由 2015 年 9.59 億美元以 2.8% 之年複合成長率，提升至 2020 年 11 億美元。

(三) 中國大陸、日本、韓國圖書市場現況及預測

於我國鄰近諸國市場部分，新興市場中國大陸受惠於官方政策扶持，近三年各類數位出版書籍成長率皆達 10% 以上，且據 PwC 報告所示，受中國大陸國家相關審批制度鬆綁，當地民眾教育類書籍需求續增，以及智慧行動裝置益趨普及等利多因素加持，預估其未來五年年複合成長率將達 1.42%。

2011 年躋身為全球第二大數位出版市場之日本，未來五年電子書市場仍將以年複合成長率 7.8% 擴展；實體書籍部份，受公共圖書館廣設導致民眾購書需求遞減，以及數位出版競爭衝擊，一般類實體圖書年複合成長率或將降至 -2.4%。整體而言，PwC 預測未來五年日本圖書出版市場年複合成長率約為 0.28%，於 2020 年至 98.3 億美元。

受國家高度關注教育與數位科技政策影響，韓國教育類電子書收入占整體市場收入 31%，PwC 推估未來五年將以年複合成長率 13.28% 之速度發展，於 2020 年達 3.18 億美元；一般類圖書部份，市場規模持續擴展之數位出版填彌實體書籍萎縮缺口，未來五年將以年複合成長率 1.11% 趨勢增加；整體而言，韓國圖書出版市場未來五年年複合成長率為 1.69%。

(四) 未來發展趨勢

隨著創新商業模式發展以及數位閱讀平台之普及，未來五年圖書出版市場結構勢必產生重大改變，本文彙整未來出版市場發展趨勢如下：

1. 消費數據分析應用

由於文學創作為作家對情感抒發與價值觀傳達之表徵，深具獨特風格而集中於特定受眾群體。而受惠於當前科技建設之完善，加上「大數據分析」與「資料採礦」應用技術日趨成熟，除得使消費者便於搜尋符合自身需求之商品，亦已發展至可將圖書商品精準投射於潛在消費者通訊設備，進一步擴展行銷範圍與取得消費意見回饋，掌握市場需求脈絡。另，藉圖書銷售即時數據分析，出版商可開發創新獲利商業模式、優化編輯出版流程以及圖書庫存管理，提升企業經營效率。

另一方面，部分網路書店平台利用個性化推薦引擎，於用戶瀏覽創作與點擊選擇該類書籍過程中，協助使用者搜尋其所偏好風格之文學作品，以此達精準推薦效果。

2. 自助出版與跨媒體範疇延展

近年素人創作及文學改編蔚為風行，部分業者開發自助出版平台，藉網友喜好挖掘深具創作潛力新星，使其成為出版產業優質內容新興來源。諸如中國大陸晉江、起點文學等知名原創小說平台，現已發展出完備之消費會員評選機制，經網路評鑑與編輯認可之優良作品除集結連載出書外，未來尚可望進一步授權改編為影視、遊戲或舞台劇等藝術表現型態，發展一源多用之創新商業模式。

3. 零售據點虛實整合

2015 年國際網路書店亞馬遜 (Amazon) 第一間實體書店於美國西雅圖正式開業；與此同時，阿里巴巴等中國大陸電商巨頭亦相繼謀局線下，耕耘直營銷售據點，或與其他實體商家合作。諸類實體書店多數提供與網路一致之零售價格，並強調產品體驗實感，以期樹立良好品牌形象與提供完善售後服務等。而於實體店內，除圖書銷售外，尚提供專業人士指導消費者如何使用數位閱讀裝置、平板電腦與藍牙揚聲器等硬體產品，經營近似於品牌產品與服務體驗之零售型態。

4. 數位匯流服務模式持續演化

儘管電子書訂閱服務平台 Oyster 宣佈於今(2016)年初停止服務；另一業者 Scribd 亦縮減言情小說圖書數量，以勉力維持各類型圖書訂閱收支平衡，致使出版業者對數位出版訂閱模式之可行性有所質疑。然隨產業經驗累積，平台業者已漸發展創新匯流服務而略有所成。舉如以 Amazon 為首之數位平台多僅提供圖畫小說或漫畫等單一品類訂閱服務模式；而新創平台 Playster 則推出全媒體數位訂閱服務模式，消費者每月支付 24.99 美元即可使用 25 萬種電子書、5 萬種有聲書與影音遊戲、音樂、影視劇等各項數位內容。此彰顯平台業者仍致力於貼近顧客需求，積極擴展服務範疇，填彌過往商業模式缺失。

整體而言，數位應用益趨蓬勃發展之網路服務，如近年新興之數位閱讀平台與自助出版等型態業已成為產業指標性發展趨勢，此為過往實體書店通路與傳統交易媒介均未曾提供之全新消費服務體驗。儘管創作互動交流、消費行為數據分析與一源多用授權應用開發僅為數位科技所衍生之附屬利益，然其受創作者、出版業者與消費者高度肯定與偏好之影響成效，已可視為產業發展關鍵之一。

借鑒於國際出版產業發展策略，我國出版相關企業亦均已著手延伸數位出版業務範疇或導入即時數據分析技術。其中城邦與 Readmoo 等數位出版及平台先驅者更進一步跨足虛實整合(Online to Offline, O2O)商業模式，將前述概念進一步延伸至創作教育、座談籌辦與建構典藏資料庫等範疇，企圖打造更加多元之圖書出版環境。

第貳部分、市場觀點

一、【電視】臺灣影視跨界應用 IP¹¹的價值與困境：專訪影視導演林子平導演

跨文本改編是內容產製重要的創意來源之一，近年國際間重視「IP 活化、一源多用」的概念，IP 相關應用逐漸多樣化，亞洲鄰近國家如中國大陸、韓國等開始翻拍網路漫畫、網路小說等經過市場驗證的網路文本，且獲得良好迴響，跨國販售翻拍版權的現象也隨之復甦。

臺灣長年強調原創劇本，前文本發展與挖掘力道較小，不過，近期陸續出現如《滾石愛情故事》、《一把青》等以臺灣 IP 為基礎再創作的作品，因此，本期專訪國內跨足電影、電視、網路的林子平導演，分享影視音內容合作與再創作的經驗，以及臺灣 IP 活用的困境與未來發展。

（一）好 IP 的源頭：成功的品牌

針對 IP 的跨界應用，道理很簡單，做到卻很不容易，好的 IP 不會憑空出現，不管從哪裡開始，要先發掘成功的源頭。林子平導演舉例，「最後一次溫柔」這首歌是先有陳昇以及滾石，才有辦法跨界；《痞子英雄》也是先有電視版的成功才有後續的電影。臺灣的社會結構與媒體內容發展脈絡不同於他國，從網路找 IP 不是臺灣現階段的重點，而是應找出屬於臺灣的品牌。

以最近引發話題的《滾石愛情故事》為例，林子平導演表示，「滾石」本就是臺灣文化原創的品牌，其原創力量不是只有音樂，亦包括以前的 MV、歌曲、創作者、明星等，這是一個既存的事實。《滾石愛情故事》的參與者是單純站在創作的立場，雖然命題很困難、預算很少，可是大家願意投入，因為標榜的是「臺灣原創、臺灣品牌」。

IP 應用的另一個重點是「必須改作」，透過熟悉的演員和說故事的影像表現方法，透過重製解構建立新的意義。從《滾石愛情故事》的案例中可以發現，不管是過去那個年代還是新世代的人，都因此產生一些共鳴或情緒回饋，這就是臺灣原創品牌的力量。

（二）臺灣影視 IP 應用的困境

1. 如何從「好作品」到「叫好叫座」

首先需定義何謂成功，站在商業投資與產業發展的角度當然是「獲利」，但近年這些臺灣的「好作品」，在金錢層面上恐怕都不夠成功。換言之，臺灣不是缺乏創意，而是只掌握到怎麼把東西「做好」，但沒有學到怎麼把東西「賣好」，在發展上絕對會遇

¹¹IP 為 Intellectual Property (智慧財產) 的縮寫。

到阻礙。大部分的創作者不懂得賺錢，然而，現在懂得把好作品包裝好商品的角色多不願意出手，所以就算製作端掌握了好 IP、創作出好作品，卻缺乏實質經濟價值的挹注。從電影《我的少女時代》的經驗來看，總導演陳玉珊懂得操作商品，執行導演林子平則負責製作出好的內容，兩相結合才能叫好又叫座。

2. 財務不該是創作的絆腳石

影視產業現在經常面臨的問題是：沒有賺到錢！根據林子平導演在第一線的經驗，不管是拍電視或電影，現在需要解決的不是缺錢，而是更技術性的問題。以投資方的角度來說，創投公司的立場很簡單，只有賭成功或不成功，但製作公司的帳目問題常是導致國內外創投公司退卻的原因。臺灣大部份的製作公司缺乏財務專業或專門人士處理，因此帳面經常不夠清楚，達不到正規會計的標準。當投資方沒辦法掌握這些投資項目的資金流向，投資意願自然降低。

因此，大部分的製作公司應該學習做帳，例如跟電視台或委託方合作，請專業人士到劇組輔導。唯有學習做出全世界都看得懂的帳目，才能有更多籌碼提升投資方的參與意願，未來有更大的發展時，銀行或投資方也才會覺得這是一間可以信賴的公司。

3. 產業舊病兆阻礙內容發展空間

臺灣影視圈習慣先說「不」，傾向於方便、簡單、不要太複雜的製作。林子平導演回憶，當時《滾石愛情故事》不被業界看好，除了公視，沒有電視台願意投入，完成後商業電視台也沒有人買，最後被愛奇藝買走。滾石是臺灣的 IP、臺灣的製作團隊，後續效益卻沒有直接在臺灣的頻道或平台發酵，這整件事情其實很可惜。

很多人說是市場低迷導致大家態度保守，但比起怪罪市場，更關鍵的恐怕是產業內具有決策能力的主事者。現在國際的技術發展很快，過去的東西早已不能滿足觀眾，但某些關鍵角色常只關注立即效益、當下收入，對產業各方面發展缺乏長遠眼光，工作人員的能力沒辦法提升，自然日漸缺乏競爭力。這也是臺灣這幾年被中國大陸或韓國大幅拉開差距的原因。因此，影視產業的主事者需要調整心態、對症下藥。舊的病兆沒解決，產業很難好起來。

(三) 臺灣 IP 應用機會與影視產業未來

長遠來說，原創的力量遠比翻拍 IP 好，不過，現階段為了形塑臺灣的品牌力量與價值，原創內容跟翻拍 IP 要雙管齊下。如果是沒有能力創作但有能力做出好製作的公司，就多蒐集 IP 改製；如果是有創作能力的人，就要鼓勵創作，不要讓能創作的人去改寫或翻拍別人的東西，不然臺灣的創作人才會繼續萎縮。

與此同時，必須把資源和人才留在臺灣。近年不斷有業者前往中國大陸發展，但還是有很多人不愿意去，一方面是實際薪資條件不比傳聞，二方面是製作條件再怎麼好，就是沒有歸屬感。從另一個角度來看，最近越來越多國外業者來臺灣拍攝，或找臺灣的製作公司合作，臺灣看似是代工角色，但能獲得「不斷練習的機會」，這也是現階段最重要的。隻身前往只能獨善其身，若以政策引導配合業界自覺改善就業條件及談判條件，

留下人才、導入資金資源，將能協助業界技術成長、培育人才，減緩臺灣在國際競爭之下位居劣勢的憂慮。

簡而言之，要先有地基才能蓋房子，因此發展 IP 需要有正向的產業結構。再者，必須不斷拍出作品才能上戰場，上戰場前得先把財務搞清楚，進而才有籌碼與他國競爭、才能談賺錢。臺灣不是沒有市場，問題是如何將收益放入臺灣口袋。林子平導演強調，臺灣沒有時間逃避了，中國大陸的影視產業不久後一定會泡沫化，這是自然的淘汰機制，但當中國大陸泡沫化趨緩時，留下來的菁英在內容產製上，對亞洲市場的影響將會更大，那時可能就是臺灣影視產業真正難以翻身之時。所以要趁對岸現在還在動盪的機會，重建臺灣的產業結構。不過，林子平導演也認為，臺灣不必太悲觀，因為在糟糕的狀況下才有辦法建立新結構，當大家都很絕望的時候，就是改變的開始。

二、【流行音樂】音樂著作權的困境與未來對策：專訪台北市音樂創作職業工會彭季康常務理事

全球流行音樂產業在 1995 年前，多由錄製、銷售唱片以及演唱會為主要收入來源，但近二十年隨著網路技術的進步，全球流行音樂產業也興起網路革命，民眾從購買實體唱片轉為從數位下載或是從數位串流平台聆聽音樂。此現象也改變了唱片公司的獲利結構，使得唱片公司多轉為從事經紀、著作權授權為主的經營型態。

但外界對流行音樂產業的經營模式還是停留在過去思考，認為實體唱片銷售為流行音樂產業核心，而「公開演出權」、「公開播送權」、「公開傳輸權」等則視為是協助實體唱片銷售的方法。基於法規制訂方、利用人方以及創作者方對於音樂著作權認定的落差，使得我國著作權修法尚未定案。故本期專訪台北市音樂創作職業工會彭季康常務理事，以瞭解創作者方對於音樂著作權授權的觀點。

（一）音樂著作權的法規制訂與授權困境

近年來，隨著流行音樂產業結構的轉變，流行音樂產業的核心業務也逐漸從製作唱片轉為經紀與著作權授權。但目前我國對音樂著作權仍尚未以合理的角度來看待音樂著作權的重要性。彭常務理事認為以下 5 點為目前我國音樂著作權所面臨的困境：

- 在智慧財產局的著作權審議及調解委員會委員中，超過半數為政府單位、半官方單位、法律以及科技為背景的委員，缺乏流行音樂產業界的專家學者。
- 著作權法的規範仍多為錄音帶和 CD，此規範與現今多透過公開傳播與私網路傳播的主流現象多有落差。

- 版權公司與集管組織的著作權授權程序較為繁雜，利用人對於申請著作權授權易感到困擾。
- 在智慧財產局的業務職掌中，其中一項為智慧財產權觀念之宣導，但從近年來的著作權授權爭議，可知民眾、公司行號以及其他機構等利用人仍不夠理解智慧財產權的意涵。
- 目前著作權法的架構是必須由版權所有人自行提出被侵權之檢舉，此規範並不符合一般違法檢舉的思維。

(二) 對「著作權法全盤修正草案」的看法

關於今年(2016)初智慧財產局提出的《著作權法全盤修正草案》，可以看出智慧財產局透過與國際版權組織對談後，對於音樂著作權的思維已有提升，比較能從文創著作權的方向去思考著作權法的制訂。但彭常務理事仍建議我國政府單位對於音樂著作權的法規訂定，仍應跳脫以下兩種框架：第一、著作權法至今多從利用人角度考量法規訂定，但隨著產業轉變，目前流行音樂產業的核心為音樂創作者，建議多從創作者角度制訂著作權法；第二、停止合理使用與強制授權的無限上綱，雖然我國著作權的授權流程較為繁瑣，但利用人仍應透過正常授權程序取得授權，不應將多數應授權使用的情況，都列為合理使用，而強制授權原本是為了利用人找不到詞曲創作人/版權所有人時，所採取的管道，但目前卻形成利用人未能從版權所有人取得授權(如：利用人認為授權金額過高)後，就去智慧財產局申請強制授權。

(三) 音樂著作權的保護策略-國際經驗

目前國際間保護音樂著作權的策略，依照組織性質各有不同著作權保護策略，彭常務理事從 CIAM (世界音樂創作組織) 與中國大陸版權局等兩機構作為案例。CIAM 成立於 1966 年，設立目的為保護創作者的權利與音樂創作者的文化訴求。近年來，基於版權立法與監管系統跟不上數位時代的發展，使得音樂創作者也需要透過其他非官方的策略，以獲得公平的報酬以及可永續發展的環境，目前 CIAM 最新提出的策略為推廣公平貿易音樂(Fair Trade Music)，公平貿易音樂是由數位串流以及其他音樂服務商在公平、透明以及道德的方式下，所建構出來的“良性”音樂價值鏈，而此價值鏈的最後一環節，將是給予消費者更加透明的選擇，希望透過此策略，能使消費者在購買音樂時，能瞭解音樂價值的組成結構。

在政府單位策略部份，中國大陸即透過國家版權局啟動「劍網」行動以打擊盜版，「劍網」行動於 2010 年啟動，其策略內容為要求網路音樂服務商需自我管理，並逐月將未經授權傳播的音樂逐步下架，並提出相關報告，若網路音樂服務商未能逐月下架未經授權傳播的音樂，國家版權局將協助網路音樂服務商下架未經授權傳播之音樂。目前樂視和騰訊等大型網路音樂服務商即轉為積極針對音樂作品版權洽談版權合作，而阿里音樂採取類似 Spotify 模式，甚至開發阿里星球，藉由投入創作資金，以吸引新興創作者自創歌曲，豐富音樂內容。透過中國大陸國家版權局打擊盜版的行動，2015 年中國大陸的音樂集管組織 MCSC (中國音樂著作權協會) 的著作權使用費收費額高達 1.7 億人

民幣，較 2009 年著作權使用費收費額 4,253.7 萬人民幣，成長近 3 倍。

（四）音樂著作權授權的未來對策

彭常務理事指出音樂著作權的設立並不是反對利用人使用音樂，而是讓利用人在使用他人的創作作品時，必須要取得授權，雖然著作權是無形財產，但未經版權所有者同意，就逕自使用其實就是竊盜的一種。根據目前全球以及我國流行音樂產業的發展趨勢，建議我國在音樂著作權上，應尊重人民（創作者）的私有財產，停止著作權費率審議，將音樂授權價格交由自由市場決定。依據每首歌曲熱門程度的不同，版權所有人能自行決定要以較高或免費的費率，授權給利用人使用。目前我國決定授權費率的單位是著作權審議及調解委員會，該委員會將授權費率統一訂為 2.2%，使得歌曲不論熱門與否，利用人都給付一定的版權使用費，這無非是干預市場運作，甚至導致創作者和投資人不願意創作/投資更好的作品。希望政府部門在考量單一授權費率對流行音樂產業所造成的影響之下，停止著作權費率的審議。

三、【出版】數位出版獲利模式探討：專訪城邦文化事業股份有限公司數位出版部祝本堯協理

資訊科技應用創新與網路應用發展重塑民眾日常生活與經濟型態樣貌，亦顛覆過往產業之既定型態與商業模式。過往以紙質圖書、實體書店與單一素材創作為主之傳統商業交易型態，隨數位時代來臨，已逐漸為數位出版、網路書店與數位匯流平台，以及跨領域多元授權等新型應用模式所部分取代，預期於未來亦將扮演更重要之角色。然而面對數位出版範疇益趨擴展與平台功能持續變革之發展態勢下，臺灣出版產業朝向數位化轉型之優劣勢與障礙為何，其獲利模式、未來國際化策略又應如何調整？本期專訪城邦文化事業股份有限公司數位出版部祝本堯協理，以進一步了解數位科技時代來臨後之出版產業發展與未來可能走向。

（一）臺灣數位出版產業之發展優劣勢探討

1. 優勢—出版自由而創作題材多元，應用工具突破網路限制

祝協理指出，整體而言，內容產業發展關鍵在於是否可引起消費者關注，此與言論及資訊流通自由與否息息相關，而臺灣為華文世界少有之出版自由區域，加之具多元而尺度開放之創作風氣，係構成我國主要發展優勢。舉例而言，中國大陸國家主席習近平就任後，其政治與社會風氣趨於緊縮，此亦表徵於整體公序良俗管制，諸如言情小說等通俗文學題材與尺度皆受到其政府高度限制。由於官方宣揚鼓勵之忠黨愛國傳統價值作品不符市場主流需求，當地民眾即輔以軟體工具突破網路障礙作為對應對策，廣於數位

領域尋求偏好內容，受兩岸語言相近與內容題材新穎而廣泛等利多因素加持，臺灣文學創作因而相對受其青睞，促使我國相關文藝作品迅速於當地網域內傳播，進一步提升創作能見度與未來獲利可能性。

2. 劣勢—市場規模不足導致獲利模式失效，盜版侵蝕合法業者利益

由於閱讀市場為分眾市場，個體間閱讀偏好有所差異而導致市場區隔，目標族群分割過細將導致獲利模式運作失效，於諸多區域可發展之書籍內容屬性於臺灣無法經營，故業者多半選擇出版消費族群數最為眾多內容類型，此亦為當前市場充滿政治演藝內幕消息之主因。此外，數位內容於網際網路發展多屬免費型態，其需搭配服務或廣告等非直接性收費獲益模式方得持續經營，一旦受眾數過於分散而無法聚累形成市場規模，將使聯營廣告商退出合作系統，免費內容經營獲利型態面臨崩解。

英文盜版內容主要集中於俄羅斯；華文盜版則絕多數源於中國大陸，該弊病實屬難以杜絕與全面防範。盜版可分為兩種，其中之一為違法複製型盜版，此係環境因素所導致而無法杜絕，僅得仰賴法令規範等手段進行控制。另一類型為踰越授權，即平台業者擅自擴展其擁有之授權範圍（如原定授權範圍為臺灣地區，廠商自行延展至香港區域；以及原使用權限為單人使用，其自行開放至無限制人數等），該情況則歸因於機制建置未全，若版權擁有者無法全然掌控相關機制，其權益保障易受侵害而不自知，並導致獲利大幅流失。

（二）臺灣數位出版發展之障礙

廣義出版社角色偏向於數位智慧財產權經理人角色，故其需較創作者了解整體市場，從而獲取利潤最大化與風險管理趨避。於此情況下，其障礙在於部分出版業者對數位出版產業未通盤瞭解而難以詳盡解述整體鏈接環節，將導致創作者有所疑慮無意授權，或主張提高酬庸價格，進而使雙方對價關係走向崩解。故傳統出版社若欲進一步經營數位出版市場，則需徹底了解整體產業鏈環節與業務內容，通曉相關出版流程、平台要求檔案類型與運作機制等，方得占市場一席之地。

另一衍伸問題在於創作者若無意授權，則恐將導致權利無法主張而求償無門。曾有日籍創作者考量中國大陸盜版猖獗而無意願授權簡體中文版，僅進行臺灣地區繁體中文版授權，其後遭中國大陸出版業者擅自謄稿轉換語體進行販售，然因創作者未授權簡體中文版，未擁有當地區域之智慧財產權利，故無法主張對方有侵權行為。最後日方授權百度集團，仰賴其影響力取締相關違法行為業者，雙方共同分擔版權費用，由此可知版權需先進行授權，明訂授權利用之地域、時間、內容、利用方法或其他事項，方得完整享有相關法律保障，以利後續進行取締或求償等作業。

（三）數位出版獲利模式探討

1. 提供各型態出版服務，滿足消費者所需

整體而言，無論傳統或數位出版，免費或付費內容，出版業者服務對象皆為同一位消費者，業者無法以功能別進行拆分，僅得以服務層次進行切割（如消費者偏好閱讀小

說，其消費類型可能為免費內容連載、EPUB 電子書或紙本書籍)。於當前數位化時代，紙本書籍仍將占產業一席之地，惟其意義或將轉化為出版最終流程之精緻典藏性質。由此概念向前回溯，其前端階段可能為各類型態數位出版，如社群網站轉發內容，閱讀者因認同而逕行轉發，後經眾多認同者要求而最終集結成冊出版，業者應於各需求階段提供相應之數位出版服務內涵。簡言之，消費者需求內容可能表現於各型態媒介，如部落格、MOOK、電子書或實體書等，廠商需廣泛提供數位內容服務以爭取消費市場份額與最大利益。

2. 數位平台高度曝光，虛實整合宣傳策略

基於網際網路破除地理限制特性，無論是提升國內市場份額或是闢拓國際市場版圖，我國數位出版業者均需勇於將自身出版內容廣泛散佈於國際性平台，同時搭配當地民眾慣常使用之便利付款機制，並善用大數據技術與社群網路平台進行目標族群行銷，將訊息相對精準曝光於潛在受眾，而政府應重視此部分工作，協助內容創作者將其作品廣泛曝光各類國際平台。除虛擬媒介外，出版業者與政府亦需「接地氣」，積極舉辦讀書會、發表會與座談會等類似群聚活動，邀集平台消費者與潛在讀者群聚一堂，進行虛實整合與尋求廠商贊助，促使商業模式快速建立與流暢運行。祝協理指出，由於當前數位出版獲利模式不明與經濟效益尚待強化，故上述業務工作需政府進一步補助與輔導。如香港、新加坡與馬來西亞等相對大型華文區域，以及北京與上海等高度消費能力一級都會區，即需文化部協助業者進入當地市場，以實際活動與聚會凝聚存在感與發揮文化影響力。

3. 完善網路創意支付機制，開發新興經營型態

舉例而言，中國大陸數位內容產業付款機制多元而自由，打賞、紅包與贈點等相關獎勵機制便捷且廣為通用，該類型衝動式小額付款獎勵機制不僅賦予內容創作者正向鼓勵，同時創造新興經營獲利模式與降低消費者流失風險，並進一步促使其消費市場規模加速擴展與運作模式演化。反觀我國政府則因防弊與消費者保障等考量，法令規範明令限制付款僅得銀行可承接，而金融機構則因風險趨避而採取較為保守嚴謹之傳統付款機制，近年來雖已順應國際趨勢而轉趨創意運作型態發展，然其進程仍明顯落後於中國大陸與諸多先進國家。

網路創意支付機制雖與內容創作無關，然其可視為數位出版發展不可或缺之關鍵環節。其主要歸因於傳統紙媒連載稿費支付模式逐漸沒落，內容創作者漸轉於網路數位平台進行作品發表，其可作為創作者提升知名度、磨練寫作技能，以及與讀者溝通之媒介，而平台提供之小額獎勵制度則可激勵創作者持續寫作，給予部分經濟支援直至作品完結，從而爭取出版單行本機會，達成創作者、出版業者與消費者多贏之局面。

(四) 我國出版產業之政策建議

祝協理除建議政府補助業者進軍國際市場與開放相關網路支付限制外，亦認為素人創作者大有可為，不可因其名氣未顯而輕忽其發展潛力，反而應挹注資源扶持其朝海外市場發展。此外，為激勵與強化素人創作者寫作意志，應以協助其出版實體書籍方式進

行，以政府補助與獎勵政策縮減業者成本負擔為主（如依出版素人創作書籍數量補助平台業者，一位補助 10 萬、二位補助 20 萬，以此類推），原平台業者評估可協助 10 位創作者出版實體書，經補助後可望提升至 20 位，此或將促使更多創作者、出版社與數位平台業者加入，進而擴展產業市場規模與活力。

第參部分、專家論壇

老屋熱潮值多少？「老屋欣力」運動催化下台南的經濟與文化價值新思維 / 顏世樺執行長

【作者簡介】

作者現為財團法人古都保存再生文教基金會執行長，並兼任成功大學建築系講師，專長為歷史性環境及都市聚落保存再生議題等研究。

一、現象：老屋熱與文青風

近幾年，透過通訊軟體與網路平台，追捧出許多老屋景點、文青潮店、散步旅行、懷舊小物、慢時光、老靈魂...。同時，大多數人似乎也不假思索地把老屋與「文創」劃上等號，或是把經營老屋或是老屋再利用看成一股熱潮或流行，甚至是一門時髦的生意！尤其，許多出版與媒體熱衷於報導年輕人回鄉或是北部人移居台南的故事，更塑造出台南是一個適合作夢、過生活的地方無誤！而這也使得台南舊市區內許多民國六十年以前建造的老屋，幾乎從「乏人問津」到「奇貨可居」的程度！種種現象，雖稱不上光怪陸離，但卻也值得我們審視這股風潮背後究竟代表著怎樣的價值與選擇，或是給我們怎樣的啟示與省思。

二、歷史保存非營利組織與「老屋欣力」運動

台南所帶起的這股「老屋熱」應該可以說從「老屋欣力」開始！這個活動是「財團法人古都保存再生文教基金會」（以下簡稱古都基金會）在 2008 年發起，以當時台南十九處老屋再利用案例作為歷史保存觀念宣傳與推廣的媒介，讓一般大眾注意到身邊許多未受文化資產法令保護（即非列級古蹟與登錄歷史建築）的老房子，也應該是城市歷史環境保存與再生的重要議題。



古都基金會「老屋欣力」銘牌

(照片提供：古都基金會)

此外，古都基金會也仿效國外歷史保存獎章的模式（如：English Heritage scheme 和 British Plaque Trust 的 Blue Plaque），授予各老屋案例「老屋欣力」銘牌，並透過刊物出版、網路平台、導覽活動與講堂課程，逐漸串連起一個「由下而上」的社會與文化網絡。

古都基金會自 1999 年發起成立以來，即以歷史環境保存與再生的調查、研究、教育與推廣為主要會務工作，因此在「老屋欣力」推動之前，就已累積了相當的基礎與經驗。尤其是在「活的、非凍結式的保存」方面，一直努力並嘗試提醒臺灣社會，以當代「生活」為核心，重新認識並發掘歷史的價值。正因秉持這樣的理念，「老屋欣力」所要挑戰的是在長期以開發思維獨佔，以及對歷史空間缺乏想像與創意的環境中，喚起民眾的自覺與熱情，進而認同老屋重新整建利用的有形與無形價值，跳脫發展與保留的「零和」僵局！這也是活動命名以「欣力」來取代「新力」的意圖與期許。

三、「老屋欣力」的迴響與蔓延



台南市民權路上 B.B.Art
(照片提供：古都基金會)

「老屋欣力」認證數量在 2008 年時有 19 處，經過兩年在 2010 年時增長到了 41 處，而在 2012 年古都基金會籌辦以老屋為主題的展覽時，台南府城地區（含括：中西區、北區、東區、南區）已有近兩百處私有老屋再利用的案例（並非全數授予「老屋欣力」認證）。截至 2016 年初，老屋再利用數量已超過四百處，以上都還不包括非開放營業類型的住家。此外，不只是數量上有增長，老屋類型與使用內容也越趨多元，更不乏原創性與實驗性的經營型態。

在古都基金會獨立推動「老屋欣力」的狀況下，初期一兩年確實鼓舞了一些人投入老屋的整建經營，也有零星的平面與網路媒體報導。而引起社會普遍的關注，應該是主流媒體將「老屋欣力」令人驚奇空間的經驗與旅遊、消費市場積極連結渲染的效應。同時，隨著越來越熱的老屋話題，各地方政府也紛紛來台南「取經」和「考察」，希望也能在自己的縣市鄉鎮複製相同的模式。當然，整個老屋「回春」過程中，不論是空間設計、文化保存、消費觀光、政策策略、媒體行銷...，充滿了學界可關注的研究議題，這確實也反映在一篇又一篇的學位論文與發表文章上。

四、夯台南

回到一般人明顯感受得到的是蔓延全台老屋熱潮所塑造出來的台南城市形象，而這也直接反映在觀光旅遊市場與媒體出版市場。

過往台南以古蹟、小吃為觀光資源的傳統定位，在「老屋欣力」效應發酵的 2010 年左右，發生了戲劇性的變化。無論從話題性、造訪人數、住宿需求、消費規模各方面來看，都有著「爆炸性」的成長！同時，在旅客的結構上，一反過去台南不受年輕族群青睞的刻板印象，大量的背包客、學生與年輕家庭湧入，甚至吸引許多港澳、東南亞遊客。而在這樣的觀光型態變化中，政府部門在觀光發展的作為，其實並沒有扮演太關鍵的角色。



巷弄成為年輕人獵奇標的
(照片提供：古都基金會)

同樣的狀況也發生在出版市場上，旅遊雜誌指南琳瑯滿目、推陳出新，以老屋報導與城市觀察為題材的書更經常是暢銷榜上常客，甚至捧出許多寫手、名人。或許也是讀者「愛屋及烏」的心態，對於台南的一切，產生高度的關注與憧憬，所有關於台南的體驗、挖掘與詮釋，儼然形成一股「台南學」！甚至，在地方政府的推波助瀾下，不管與台南是否有淵源，「移居台南」成為島內最具鄉愁的新時尚！

五、老屋賣不賣？



歇業老旅社行情看漲
(照片提供：古都基金會)

過去鮮少在房仲廣告中看到老屋的物件，但是在老屋熱潮和在台南過生活的氛圍影響下，老屋租售的資訊越來越普遍，甚至有專營老屋買賣生意的業務。原本僅以土地價格作為買賣的行情，轉而訴求老房子賣點，加上投入老屋整建裝修的花費大多都比一般建築裝修高，且取得合法使用也不容易，這顯然已迥異於一般拉皮翻新的中古屋市場，而另有一番想像空間。

相較於台南地區新成屋市場，老屋的不動產價值攀升幅度驚人，比起老屋熱潮之前交易價格以倍數成長的個案不在少數，甚至吸引不少投資客與企業搶入。尤其是老屋餐飲、老屋民宿與老旅館整建數量激增，使得台南市區老屋不管屋況如何，幾乎到了一屋

難求的狀況，頗令在地人咋舌。而趁著這股熱潮亟欲脫手的老屋屋主也不在少數，這更是把老屋的供需推向「炒作」與「哄抬」的地步！

六、鄉民保存論戰

看似蓬勃發展的老屋熱潮中，其實也悄悄地隱藏著一股文化自覺的集結！

就在 2012 年「老屋欣力」所帶起老屋熱潮時，部落客「台南海軍航空隊」貼文「台南老屋欣力？但這是哪裡？」，意外引起網友的熱議與激辯。版主對過度改裝、原貌盡失與「假文青」的老屋現象提出批判，甚至質疑老屋改造的商業用途背離文化創意與城市記憶。有趣的是其他網友的留言回覆，有一開始附和認同，接著有人為老屋保留與生存提出辯護，再有人討論到原貌與整建之間的美學價值，更後來對於城市歷史保存的也紛紛提看法...。近百篇你來我往的留言，或有情緒謾罵，但卻是一場極有意義的對話，更是關心與從事文化資產領域的活教材！

古都基金會對於所發起「老屋欣力」運動的影響，其實是持續觀察、檢討與反省的！因此，「老屋欣力」活動在 2012 年就不再積極增加認證案例，轉而著手「老屋欣力宣言」的提出：

「自 2008 年發起『老屋欣力』以來，老房子的再利用漸受民眾重視。這對歷史環境保存與再生的推動，有著巨大的影響力。然而，在各地興起老房子再利用的風潮中，創造出許多令人印象深刻的正面價值，但也伴隨不少令人憂心的負面現象。無論如何，歷史環境與老房子的保存，最核心的價值仍然是『人』，缺乏以人為主體的保存，就像失去靈魂的空洞軀殼。因此，為了能回歸『老屋欣力』推動的初衷與理想，並以此號召理念一致的伙伴，為台灣的文化資產與歷史環境做出貢獻，特別在『歷史保存與再生的推動』、『在地文化特質的延續』、『經營理念的傳遞』、『老屋再利用的責任』、『老屋再利用的限制』、『歷史環境的願景』等方面，提出下列宣言（‘Old House with New Life’ Declaration）：

- 守護在地歷史文化價值，不盲目復舊。(Safeguarding historical and cultural value, not to restore, or preserve, without consideration.)
- 珍視多元常民生活元素，不虛假造作。(Treasuring the diversity of society and the lives of ordinary people, in order not to produce mimicry or pretence.)
- 認同公益回饋與利潤分享，不炒作哄抬。(Recognising the public welfare and rewards that flow from profit sharing, and not to indulge in hype or the pursuit of financial gain.)
- 友善土地環境與鄰里社區，不干擾破壞。(To be environmental friendly to the host communities, not to interfere or destroy.)

- 恪守公眾安全並尊重專業判斷，不敷衍貿進。(Abide by the requirements of public safety and respect and act on qualified professional opinions and decisions, not to ignore proceed hastily.)
- 鼓勵創新思維，成就美好生活，展現歷史城市應有的格局與氣度。(Encouraging innovative minds to achieve better living.)

—財團法人古都保存再生文教基金會 2014/03/14」

七、激情過後

2015 年夏天登革熱肆虐台南，使得旅遊旺季市況慘澹，讓許多搶搭這幾年老屋所帶來觀光熱潮的飯店、旅館（老旅社、文創旅店）以及餐飲零售（尤其是老屋），個個經營困難。許多頂著非法經營的民宿，轉趨低調。因此，老屋在買賣與租賃或有受到影響，開始有轉售的情況，連帶投入整建的經營者也變得保守。2016 年春節前夕的 206 地震，雖然老屋普遍並無重大災損，但受永康「維冠」大樓倒塌影響，過年氣氛冷淡。原本預期回溫的觀光人潮並不如預期，老屋熱潮確實也降溫不少。

儘管受到不利條件影響老屋熱潮的持續，但是就支撐起這股熱潮的基礎來看，本來就缺乏穩固的支撐，而是以短暫的、流行的、跟風的消費文化為主。所以，在沒有改變這樣的體質下，熱潮漸退也是必然的！而此時正好也是古都基金會回歸「老屋欣力」推動初衷，放慢步調、拉長戰線的好時機。以提升文化內涵為目標，不要落入「嘩眾取寵」的老屋「瘋」！更進一步，透過這一股老屋熱潮在取得市民對老城市、老巷弄、老房子的普遍關注之後，回到古都基金會推動城市保存（Urban Conservation）的理想、回到城市治理與策略的討論！



開隆宮邊老雜貨舖在這波老屋風潮中走入歷史

(照片提供：古都基金會)

八、城市競爭力的真相

當老屋熱潮流竄全臺，各地都在委外經營、都在補助修繕、都在設立文創園區的當下，城市之間的差異與特色如何確立？可以說是競爭力的較量。這不只是老屋多不多、密不密集、漂不漂亮、賺不賺錢的問題，而是有沒有辦法吸引人（人才）的問題。留住願意用心經營老屋的人、有行動力又充滿創意的人、具有開闊視野又認同在地價值的人...，這不是短暫的觀光熱潮、趕流行的文創可以做得到的！台南有別於其他都會城市，

擁有以歷史感、生活感來塑造可居性高的有利條件，但也必須積極面對都市經營定位與策略模糊、公共領域（景觀、交通、衛環等）品質不佳的現實。更重要的，台南人當傳承這個歷史城市「廣納百川」的格局氣度，包容與接納更多元的價值與觀點，在行動、思想、文化上迸發燦爛的火花！

九、小結：學校該做的事

「老屋熱潮的產值、效益怎算？」這個問題令人感興趣，但是在許多關於老屋的學術討論從來沒有！這不只是經濟價值上的計算，也應該包括社會影響、文化影響等方面。同樣的狀況也發生在老屋整建的過程中關於「老屋怎修才安全？」「老屋再利用的限制與合宜性」...，一直沒有嚴謹的研究做為現行法規修正與制訂的參考依據。因此，在現實發展與民間行動超前行政體系的狀況下、問題釐清了嗎？前瞻性的觀點是什麼？應該是學界接下一棒的時候了！

第肆部分、國家專題

英國 2016 文化白皮書與文化發展方向

一、英國文化白皮書核心價值

英國文化、媒體與體育部於 2016 年 3 月發布了文化白皮書，這是繼前任部長 Jennie Lee 推行藝術政策白皮書後，時隔 50 多年來英國政府再次發佈文化白皮書。在文化白皮書中，闡述了英國未來幾年將如何支持他們的文化產業，文化該如何扮演推動國家繁榮的角色，使英國在國際舞台上取得領先地位。

文化白皮書主要由三方面闡述，分別為文化的內在價值、社會價值及經濟價值。文化的內在價值在於能激發人的靈感，並豐富及改善人們的生活；文化的社會價值則有助於身心靈健康、教育水準提升與強化社會凝聚力；而文化的經濟價值對於英國社會經濟帶來相當大的助益。在過去幾年中，文化為英國所帶來的經濟價值逐年攀升，由研究調查顯示於 2014 年博物館、藝廊、圖書館與音樂、表演及視覺藝術產業為英國整體經濟帶來約 54 億英鎊的貢獻。

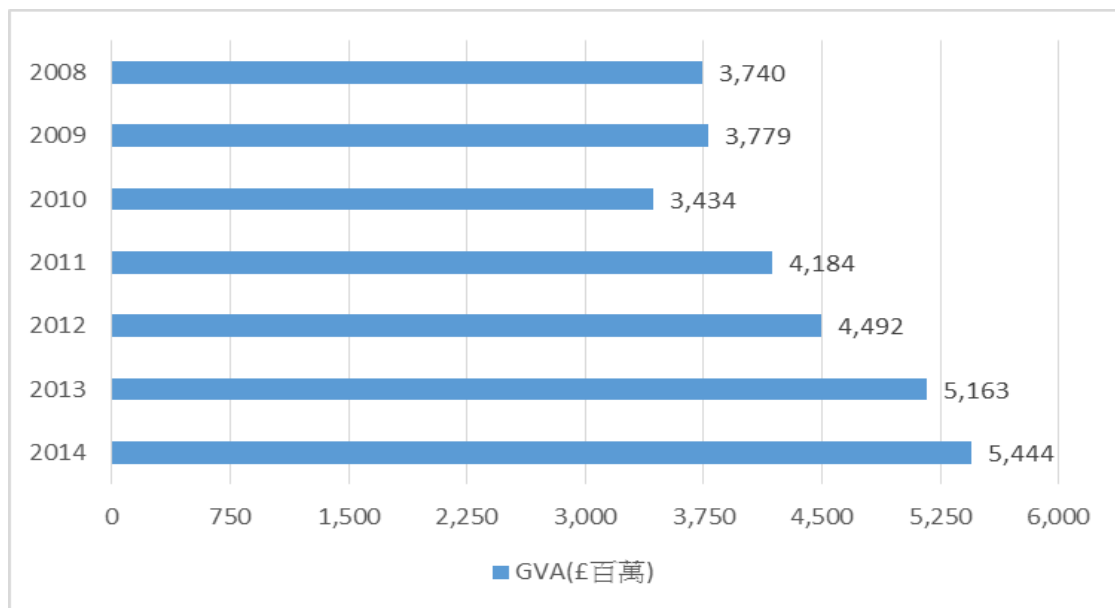


圖 4-1 英國文化的經濟價值(全國毛附加價值 GVA)

資料來源:Creative Industries Economic Estimates(2016), Department for Culture, Media&Sport.

二、英國文化發展方向

關於英國未來的文化發展，英國文化白皮書主要分為全民共享文化、推動各地區文化資源、擴大海外影響力、提升文化組織籌資能力及經營韌性等四大方向進行闡述。

(一) 全民共享文化

英國政府認為應該要提供所有國民平等參與文化的機會，無論其生長在何種生活背景之中，只有當文化普及時才能確保塑造出最好的使用人才，這將會成為最大的資源之一。據研究調查顯示，往往來自較低層社會經濟背景之族群於文化參與明顯較低，因此英國政府希望目前尚未從許多文化參與機會中獲益的年輕家庭、弱勢群體和受社會孤立的群體能夠更加積極參與。

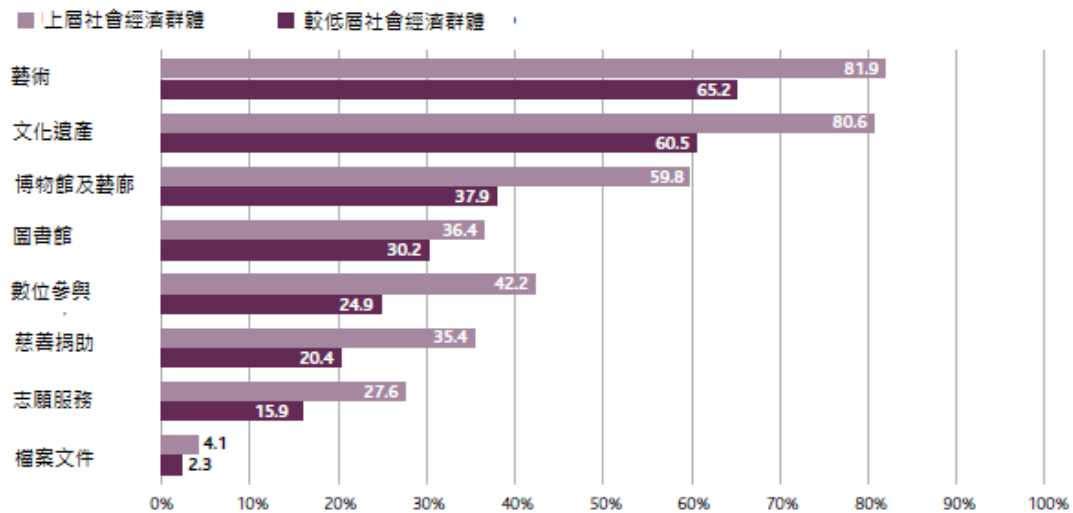


圖 4-2 英國不同社會經濟群體文化活動參與比例

資料來源: The Culture White Paper(2016), Department for Culture, Media&Sport.

對於全民共享文化，英國政府制定相關措施以提高文化參與率，尤其是針對目前被排除在文化參與機會之外的兒童及弱勢背景之年輕人，期望能藉此使其與文化間產生有意義的新關係。

首先在學校基礎教育的部分，英國政府提出所有公立中小學應為促進學生精神、道德、文化及身心靈發展提供廣泛且均衡的課程，課程設置期望學生能學習藝術設計、音樂、戲劇、舞蹈和設計與技術等。英國政府將在就業取向的中等教育普通證書 (General Certificate of Secondary Education, GCSEs) 和學術導向的進階級普通教育證書 (General Certificate of Education at Advanced level) 等具有品質保證的「黃金標準」(gold standard) 課程中引入相關科目，希望學校於藝術、創意及體育活動等一定範圍內，擴展學生的知識、理解力和技能。此外，英國政府也將持續推動由政府所支持的英國藝術獎勵計畫 (Artsmark)，迄今已有超過 1,700 多所學校獲得肯定，不少學生也因此計畫成為出色藝術家及演員，目前仍有超過 1,200 多所學校努力朝認證邁進。除了正規教育外，英國也持續推動相關文化體驗計畫¹²，例如打破地域性的 In Harmony 計畫、Music for Youth (MFY) 計畫、National Youth Music Organisations (NYMOs) 計畫、Heritage Schools 計畫及索雷爾基金會的 National Art&Design Saturday Club 計畫等。

¹²參考教育部電子報 661 期:英國藝術教育實施概況
http://epaper.edu.tw/mobile/windows.aspx?windows_sn=14080

另外，英國政府每年提供大約 25 億英鎊的額外資金，透過「學童津貼補助」(Pupil Premium) 支持學校最為弱勢的學生們提高教育水準。目前許多學校已經使用津貼拓展學生們的文化體驗，未來英國政府也將鼓勵更多學校利用學生津貼，協助他們的弱勢學生更加認識英國的文化和遺產，並藉由學童津貼補助獎項的關注度，突顯出弱勢學生於文化教育的益處。

提升地區文化體驗的部分，雖然多數需要提供給兒童及青少年之文化體驗機會元素已存在，但對於受地域性或社會障礙影響的弱勢族群所提供之網絡仍舊零散，因此英國政府提出一個新的文化公民計畫，由英格蘭藝術委員會和英國文化遺產彩券基金主導，目標將文化體驗範圍延伸至 70 個文化參與最低的區域。現行文化及遺產組織所提供的文化教育活動，絕大部分是由英格蘭藝術委員會及英國文化遺產彩券基金會所支持，致力於以兒童和青少年為對象的相關計畫，例如家庭藝術節和暑期閱讀挑戰計畫 (Summer Reading Challenge) 等，目標是將年輕家庭帶進到他們當地的文化機構，特別是圖書館。另外，英國政府也將針對最低藝術參與及最高文化剝奪的區域推出新計畫，自 2016 年 9 月起英格蘭藝術委員會將與文化機構合作，與自貧困家庭背景出生之年輕人共同參與廣泛藝術及文化體驗活動。參與計畫的年輕人們將可以在世界級的藝術文化團體中工作，透過文化工作經驗得到心靈和知識啟發，並藉以鼓勵激勵其他人。該計畫將於三個區域進行試點，若計畫試驗成功，未來三年將擴大舉辦，預計第三年年底，該計畫於全國 70 個區域每年有近 14,000 名青少年進行體驗。

文化人才發展管道的部份，雖然文化教育提供了人才表達自己的第一個機會，但仍需就其未來發展上有明確的支持途徑。進入文化產業的途徑需要更精準地界定、指示和支持，特別是針對社經弱勢背景之青少年，必須解決「因生活背景條件限制及決定了其能否進入文化產業」的狀況。目前，於創意經濟體中社經弱勢背景之就業者不成比例，大多數就業者仍來自於社經生活背景較具優勢的群體。

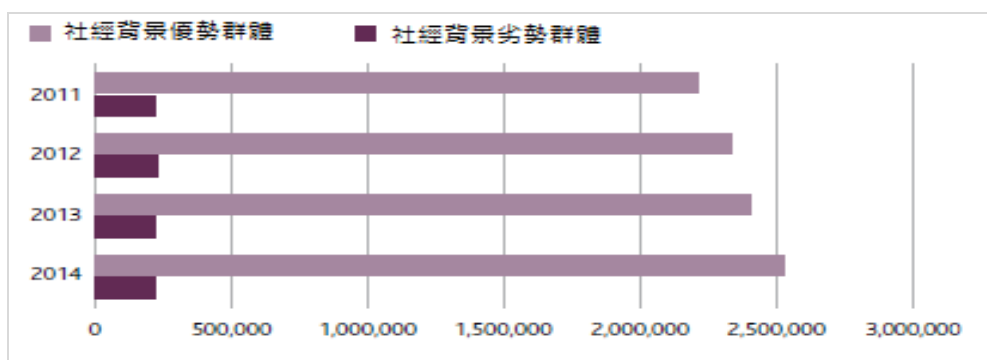


圖 4-3 英國不同社經背景之群體於創意經濟的就業人數

資料來源: The Culture White Paper(2016), Department for Culture, Media&Sport.

英國政府期望能支持更多的年輕人獲得文化產業就業所需的職業技能及知識技術。由創意及文化技能發展機構 (Creative & Cultural Skills) 代表與行業組織包括 Live Nation 公司、倫敦皇家歌劇院、White Light 公司及大英戲劇技術聯合會 (Association of British Theatre Technicians) 組成以創意文化產業培訓為目的的國家學院，將於幕後

人才培育中心 (The Backstage Centre) 為學生提供培訓課程，將解決幕後及後台技術人才需求，如燈光、動畫製作等。英國政府認為學徒制提供了獲得技能的絕佳途徑，且特別適用於文化創意產業的特殊需求，因此提供嚴格且彈性的途徑，透過學徒制和新的專業文憑使人才進入文化業界。預計於 2020 年將增加學徒人數至三百萬人，期望透過引入對企業開徵學徒捐 (apprenticeship levy) 之計畫，使所有英國大型文化機構能夠僱用學徒，且促進工作場所的多樣性和包容性。

(二) 推動各地區文化資源

文化具有改造地區之潛力，英國政府希望能把握各地文化潛力，將文化放在其戰略的最前沿，並考慮文化如何能成為各地福利、再生和經濟成長的計畫中心，促進各地社區實現願景，例如推行英國「文化之都」(UK City of Culture)、北部地區大型博覽會(the Great Exhibition of the North) 及新“發現英格蘭”計畫，展示英國之文化潛力。

於地區文化發展方面，英國赫爾河畔京斯頓已獲選為英國 2017 年文化之都，也被羅浮指南出版社(Rough Guides)列為目前值得參觀的世界城市排名前 10 名名單之中，其文化資源投入不斷增強促進城市信心，透過地區歷史建築環境之發展能夠帶動更廣泛的地方再生、創造就業機會，以及刺激商業成長與地方繁榮，預計將對於當地經濟帶來價值 6,000 萬英鎊的商機。另外，英國政府將提供赫爾 300 萬英鎊的新資金給予建築遺產基金，使文化遺產組織就社區如何善用在地的歷史建築予以支援；英國文化遺產彩券基金也將建立 2,500 萬英鎊的文化遺產企業投資計畫，以支持文化遺產之經營者能在財務上自給自足。

上述地區文化發展計畫外，英國進一步藉由科技使文化能以不同的方式呈現給更多的人們。英國政府將與英國文化機構合作發展數位化公共典藏及使用之技術，以提高使用者線上體驗比例，例如英國國家劇院 (Royal National Theatre) 的 NT Live 電影院直播計畫已於 2014 年至 2015 年達到 120 萬人次的觀眾；透過虛擬實境技術的使用，體驗青銅器時代之網站或由自然歷史博物館展示的史前海洋深處；藝術英國 (Art UK) 和英國收藏信託 (Collections Trust) 共同合作將英國公共藝術收藏上傳到網路供世界各地人們瀏覽欣賞等。

(三) 擴大海外影響力

過去以來英國一直是文化發展領先者，英國文化仍持續擴大其影響力，除了吸引遊客體驗英國的地景、文化遺產的寶藏和城鎮都市生活，也促進貿易及投資。以莎士比亞為例，今年是莎士比亞逝世 400 週年，莎士比亞的影響涵蓋範圍及影響力仍隨著時間而增加，持續塑造英國的形象。於 2016 年，英國將支持推動「永恆莎翁」(Shakespeare Lives) 慶祝活動，活動包括一系列創新戲劇與舞蹈表演、電影放映及數位活動，以紀念莎士比亞逝世 400 週年，並與英國國際志工訓練組織 (Voluntary Service Overseas) 合作，藉由莎士比亞的慶祝活動，籌措資金來支持全球孩童們的文化素養培養行動。

此外，英國將建立如“非凡英國推廣活動 (GREAT Britain campaign)”及與英國貿易投資總署 (UKTI) 推動全球文化出口計畫，藉以開拓新的市場，並確保文化產業都能

夠參與英國貿易投資總署 2013 年推行的「高值化商機計畫 (High Value Opportunities programme)」，為英國文化產業創造新的機會，促進貿易、出口和文化交流等活動。另外，也將強化法律及政策措施以支持在世界各地的文化遺產，特別是在戰爭衝突地區，英國將創建一個新的文化保護基金，以協助這些國家從文化的破壞行為中恢復重建。

(四) 提升文化組織籌資能力及經營韌性

各類收入來源的集結係提供文化產業蓬勃發展的基礎。英國對於文化公共投資，除了由財政部和彩券基金支援，透過稅收優惠和慈善事業的鼓勵支持文化產業外，還有其他重點法人基金如英國文化遺產彩券基金、國家文化遺產紀念基金會和英國藝術基金會等，也持續協助英國各地的博物館和畫廊獲得重要藝術作品及其他傑出重要的文化物件。

英國政府認為文化組織仍有進一步擴大自慈善事業及私人捐款受益的空間，並更加有效地利用非補助資金，其中包括商業收入。近年來，審視許多文化組織的營運結構、營運管理和模式、多樣化的資金來源，可發現許多文化組織已針對不斷變化的經濟環境作出相應的措施，受政府補助的文化組織增加了其非公共投資比例，整體比例由 2009/2010 年的 22% 提升至 2014/2015 年 55% 以上。

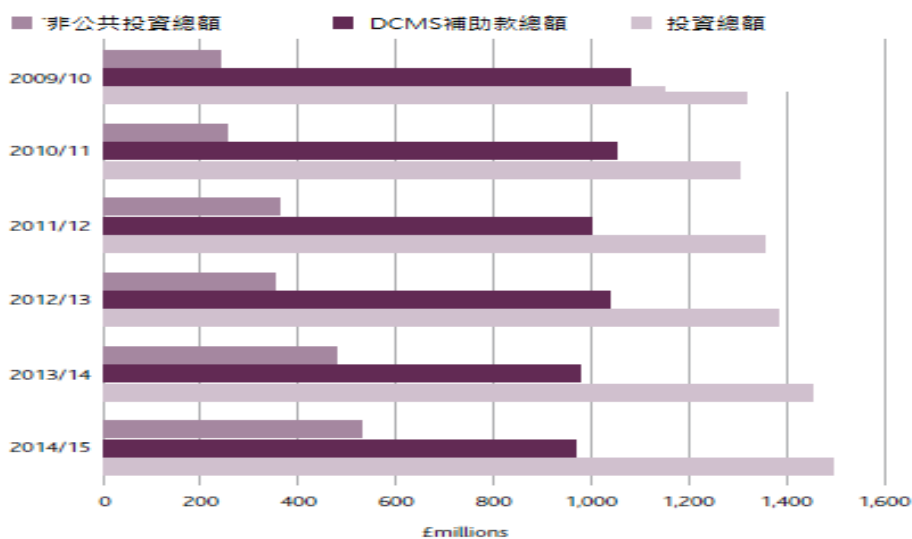


圖 4-4 英國文化單位之平均收入來源結構

資料來源: The Culture White Paper(2016), Department for Culture, Media&Sport.

雖然文化組織籌資能力有所提升，但其能否永續經營仍然是關鍵問題，還需更廣泛地考慮如何調整其商業營運模式和財務策略，以應付開創資金來源的潛在挑戰。英國政府將協助文化組織加強應變能力，透過「鼓勵慈善投入支持文化藝術的十項措施」(10-point philanthropy)¹³，鼓勵文化組織思考新的經營方式以增加多樣化的收入來源。此外，亦將持續擴大博物館及美術館的增值稅退稅計畫，使更多博物館及美術館能從中受益。同時，於 2017 年推行新的博物館及美術館稅收減免辦法，以支持臨時性和

¹³ ”10-point philanthropy”措施的目標為協助藝文組織長期發展多元的籌資模式及維持財務永續性。

巡迴式展覽。另外，也將考慮更改獎助捐贈者利益規則，使它們更加簡化，並增加社會投資稅收減免符合投資資格的數額。

三、結語

英國 2016 年文化白皮書主要是建立在過去所推行的文化基礎之上，並非革新文化發展，而是演化其文化能量。2016 年文化白皮書認定了國家、區域及地方政府在政策領導及橫跨文化部門領導能力的重要性，同時指出未來將持續提升全民文化共享機會，解決地方文化發展不均的狀況，期望透過文化振興社會和國家及地方經濟。由上述文化發展方向觀察，英國係從教育端著手，提出人才培育、文化等長期性計畫，擴大文化所及影響力，並積極推動地方文化資源，改善文化就業環境。目前文化部以「厚植文化力，帶動文化參與」為核心推展施政理念，英國經驗將可提供政府於未來推動國內文化發展之參考。

第五部分、重要國家文化產業情勢動態

一、日本

近兩個月(04/21-06/20)日本文化產業情勢動態，主要聚焦於文化財、電視、出版以及動畫等討論上。

在文化財活用部份，日本文化廳於 4 月底公布「2020 年文化財活用・理解促進戰略計畫」，透過此戰略計畫希望能達到以文化財作為觀光中心的整備、多語言對應與淺顯易懂的解說方式、投資文化財的整修與維護、活用促進歷史古蹟以及結合文化財與特色場域的文化活動等 5 點。其中以文化財作為觀光中心的整備計畫的執行重點為在 2020 年前，以日本遺產為首，整備約全國 200 處以文化財為核心的觀光據點，此項計畫可分為支援制度的重新評估以及提供觀光內容質量等 2 點，在支援制度中重新評估部份，將以追加旅客數量等支援指標、整備地方文化財、提高觀光資源價值以及公開維修過程，形成觀光資源，並支援維修過程的解說等作為執行戰略；在提供觀光內容質量部份，則將透過多語言淺顯易懂的解說、活用促進住宿與特色場域、建構日本文化財情勢的網站以及結合以文化計劃為首的文化藝術活動等來提高觀光內容的質量。

在電視產業部份，根據 impress 綜合研究所於 2016 年 6 月所公佈的「2016 網路影視事業調查報告書」(「動画配信ビジネス調査報告書 2016」) 顯示，在「3 個月內有使用付費網路影視服務」的民眾為 9.2%，相較於 2015 年 (7.7%) 成長 1.5%；「3 個月前曾使用，並包含使用付費網路影視服務」的民眾為 5%，較 2015 年 (5.8%) 下降 0.8%；「曾使用免費網路影視服務」的民眾為 53.5%，較 2015 年 (55.6%) 下降 2.1%；「未曾使用網路影視服務」的民眾為 32.3%，較 2015 年 (30.9%) 成長 1.4%。若依付費使用者的年齡層區分，20 歲~29 歲的男性最常使用付費服務，使用付費服務的比例為 22.6%，較 2015 年增加 5.9%。從 VOD (隨選視訊) 的使用程度而言，以每周重複使用的比例作為計算標準，使用度最高的是 Hulu (73.2%)，其次為 Dtv (64.6%)、Amazon (49.7%)。

在出版產業方面，由社團法人日本雜誌協會於 5 月份所發布的 2016 年 1 月~3 月「印刷份數」顯示，在「遊戲・動畫情報雜誌」部份，多數雜誌並未有大幅度變動，僅「PASH!!」自前期發行 2.7 萬本成長至本期 8.16 萬本 (約 3 倍)、「Animage」自前期發行 3.99 萬本成長至 8 萬本、「Animedia」則前期發行 4.16 萬本成長至 6.2 萬本。部份「遊戲・動畫情報雜誌」的發行數量之所以能大幅成長，主要來自於人氣動畫「阿松」。雜誌透過運用該動畫作為封面，並以特別的優惠作為行銷手法，以促進雜誌發行數量。

在動畫產業方面，手塚製作公司提出為海外市場依觀影年齡層重製「鉄腕アトム」(中譯：原子小金剛) 的戰略，具體的執行策略為針對：(1) 4 歲~6 歲的兒童，推出電視動畫「リトルアストロボーイ」(ASTRO BOY)；(2) 7 歲~12 歲的兒童推出 CG 電視動畫「アストロボーイ・リブート」(ASTROBOY REBOOT)；(3) 11 歲以上的兒童則推出真人版電影，此戰略主要是希望透過對象與型態等市場變化重新製作原作品。

事實上，日本動漫正面臨著「加拉巴哥化」(Galapagosization，在孤立的環境(日本市場)下，獨自進行「最適化」，最終喪失對外競爭力)，2014 年日本動畫的出口額僅 195 億日圓(約為 2005 年 313 億日圓的 6 成)，其衰退原因來自於日本動畫片未能因應海外國家的市場變化出口相應的動畫，例如：出口成人動畫作品至家庭小孩偏多的新興國家。未來日本的海外動畫戰略應推廣以兒童為主的動畫至新興國家，推展成人動畫至發達國家，甚至於依不同年齡層推出相對應動畫，以符合海外市場的實際需求。

表 5-1 日本文化產業情勢動態(04/21~06/20)

標題	來源	日期	中文標題
2016 年拉斯維加斯日本歌舞伎節：松下尖端科技融入	中央通訊社	2016/4/21	2016 年拉斯維加斯日本歌舞伎節：松下尖端科技融入
芸妓文化残したい 芸妓さんが「カフェ」開店 伝統文化の灯を守る	産経ニュース	2016/4/25	想保存藝妓文化而開張的藝妓咖啡廳
「そば」の次は「うどん」 食文化で定着目指す	毎日新聞	2016/4/26	蕎麥麵接下來是烏龍麵 確定推廣飲食文化的目標
文化財活用・理解促進戦略プログラム 2020 の策定について	文化庁	2016/4/26	2020 文化財活用・理解促進戰略計劃的相關規劃
文化財への投資 魅力を伝える多言語化が必要	livedoor	2016/4/28	要能完全傳達文化財的魅力 多語言化的投資是必要的
日本のアニメに怯える 習近平政権歴史観が日本に“洗脳”されてしまう! 「進撃の巨人」の“排除”を指示	産経 WEST	2016/5/7	習近平政府害怕日本動漫文化 指稱歷史觀會被日本洗腦! 禁播「進擊的巨人」
国際交流基金と観光局は国際文化交流と訪日旅行で協力	アセアンポータル	2016/5/13	國際交流基金與觀光局合力籌辦國際文化交流和訪日旅遊
「鉄腕アトム」、海外で年齢層別にリメイクするワケ	Nikkei Style	2016/5/17	「鉄腕アトム」(中譯：原子小金剛)針對海外年齡層重製相關動畫
長崎・近代化遺産 漫画で学ぶ	読売新聞	2016/5/21	長崎・近代化遺産 學習漫畫
今なお現役で活躍する日本の文化・産業を形成してきた文化的財産・有形文化財	財經新聞	2016/5/22	現今活躍的日本文化・產業而形成的文化財・有形文化財
すぐれた日本文化・産業を世界に発信 JCI 発足、京都で文化 EXPO 開催	オーヴォ	2016/5/25	向世界宣揚優良日本文化・產業 JCI 典禮、京都文化 EXPO 開始
「PASH!!」は 3 倍、「アニメージュ」は 2 倍! “印刷部数”で明確になった『おそ松』ガールのすさまじい購買力!!	おたぼる	2016/5/27	因為動畫「阿松」使得「PASH!!」印刷數量成長 3 倍、「animage」成長 2 倍!
有料 VOD 動画の利用経験者は 14% に増加。有料ユーザーの 9 割が定額制	AV Watch	2016/6/1	曾使用收費 VOD 動畫的民眾約 14%，收費用戶中約有 9 成為定額制。
東京五輪へ向け日本の食文化発信 関係省庁が緊密に連携	FNN	2016/6/3	東京五輪將以日本飲食文化向外宣傳，並緊密與相關省廳合作。
日本 ACG 文化正「侵蝕」中國一代代年輕	鳳凰網	2016/6/8	日本 ACG 文化正「侵蝕」中國

標題	來源	日期	中文標題
人？			一代代年輕人？
アニメ、コミック、ゲーム（ACG）サブカルチャーが中国のメインストリームに進出	共同通信 PR ワイヤー	2016/6/8	動畫、漫畫以及遊戲成為進入中國的主要管道。
京都知事、文化庁移転「五輪までに」	日本經濟新聞	2016/6/9	京都知事表示文化廳於2020前轉移。
日本觀光廳新認定4條旅遊線路	日經中文網	2016/6/16	日本觀光廳新認定4條旅遊線路
國際交流基金「リオから東京へ」=五輪向けの大型文化事業=美術展、映画祭、コンサート	ニッケイ新聞	2016/6/17	國際交流基金「從里約到東京」=東京五輪的大型文化事業=美術展、電影祭、演唱會。

二、韓國

近兩個月的韓國文化產業情勢動態主要聚焦在韓國文創相關產業發展情勢、脈動與政策發佈，如韓國總統朴槿惠宣佈「視文化內容為核心產業」、「博物館與美術館促進法」修正法案通過、遊戲產業在新法規制定下，將遭受打擊等等，其餘則包含中韓合作以及與孟加拉、法國、越南等國家於文化相關產業合作等以及政府在推動韓國觀光之相關扶植政策等。

根據韓國文化內容振興院數據指出，2015年韓國文化內容產業銷售額為99.5兆韓元，較2014年成長4.8%，其中出口值為58.3億美元，較2014年成長10.5%。就細產業觀察，以資訊知識產業成長10.9%最高，其次則分別為電影產業及人物(character)產業成長8.2%，內容解決方案成長7.6%，遊戲產業成長6.8%。版權貿易方面，根據韓國中央銀行報告指出，2015年韓國版權貿易順差達到6.8億美元，其中版權貿易出口為40.9億美元，較2010年成長約5倍。就內容產業觀察，以電影產業較2014年成長228.7%最高，電視產業次之。

產業政策方面，韓國總統朴槿惠參與文化創造融合帶(문화창조융합벨트，類似產業園區概念)「K-文化谷(K-컬처밸리)」動工典禮時指出，將視文化內容產業為核心產業。「K-文化谷」將以VR主打韓流元素，除電視劇、電影等，亦將設置韓國歷史體驗設施等。韓國文體部預測「K-文化谷」的完成將於五年內為整體韓國創造56,000個就業機會以及8.7兆韓元經濟效益。此外「博物館與美術館促進法」修正案亦於2016年5月20日通過，其主要內容包含「國、公立博物館及美術館成立前審慎評估其收藏品、財政及營運計畫，避免成立後違法事情發生」、「導入民間收藏品贈送鑑定機制，促進民間收藏品公共財產化」等。

各產業相關政策則包含，韓國全南信息文化產業振興院看好體驗型遊戲發展，與首爾大型遊戲企業簽訂合作備忘錄，致力於新市場開發、產業人才培育、創造就業機會等面向進行合作；出版產業方面，為促進青年及弱勢族群閱讀習慣，韓國出版文化產業振

興院將「閱讀推廣總部」擴大並改編，希望能透過推廣全民閱讀活動以擴大出版產業內需；電影產業最受矚目的則為釜山片廠的建設將開始運作。相關支援產業方面，看準 VR 的未來發展性，光州信息文化產業振興院提供 4 億韓元補助；另一方面，在大數據盛行的趨勢下，韓國文體部亦提供企業活用公部門文化相關數據進行商業模式開發、業務推展等。

在中韓合作方面，為促進人民到雙方國家觀光，包含西藏及海南皆透過訪韓行動，舉辦旅遊推薦會，欲擴大雙方旅遊交流；此外為擴大中韓雙方文化交流，近年亦舉辦相當多文創研討會，如近期寧波舉辦 2016 中韓創意論壇，其內容聚焦於「文創+製造」的轉型升級；而煙台所舉辦的中韓文化創意產業研討會則專注於文化產業示範園區的建設。而浙江慈溪市政府與韓國慶尚北道政府、韓國慶山市政府亦簽訂相關創意產業合作協議，計劃建立“中韓創意園”。值得注意的是，韓國漫畫振興院旗下漫畫家設立 FUNTOON 公司與中國大陸專業動漫平台漫聯集團簽署協議，FUNTOON 將出口 60 部韓國漫畫至漫聯集團，且於簽署協議後三個月內，百度動漫首頁亦將連載 10 部以上韓國漫畫，且其他中國主要漫畫網站也需連載韓國漫畫。

除中韓合作外，韓國近期亦與其他國家有相當多交流，如 2016 年 5 月 13 日韓國文化內容產業振興院將與孟加拉舉行遊戲產業交流會；隨著韓法建交 130 週年，韓國將於法國舉行韓國餐廳週。

最後在觀光產業部份，為持續擴大觀光經濟效益，韓國政府於 2016 年 6 月 17 日舉辦「文化旅遊業競爭力會議」，就「內容」、「服務」、「就業」等三個領域及 9 大核心課題擬定政策，預計 2017 年於七大相關產業，創造 43,000 個就業機會。另一方面，隨著中國大陸訪韓遊客逐年增加，韓國將於首爾郊區新建一座中國城堡，作為國際旅遊與購物的新地標。

表 5-2 韓國文化產業情勢動態(04/21~06/20)

標題	來源	日期	中文標題
專訪／解密韓劇致勝因素 人才、金錢與劇本缺一不可	聯合報	2016/4/22	專訪／解密韓劇致勝因素 人才、金錢與劇本缺一不可
台灣效法陸韓政策、保護華劇市場？吳念真：難	三立新聞網	2016/4/23	台灣效法陸韓政策、保護華劇市場？吳念真：難
韓富川國際漫畫節主題海報公佈 展覽多樣引關	環球網	2016/4/25	韓富川國際漫畫節主題海報公佈 展覽多樣引關
[99 조원 게임산업] ‘규제 폭탄’ 에 뒷걸음질하는 강국	머니위크	2016/4/27	新法規管制下，遊戲產業將面臨衰退
한류방송콘텐츠 세계 최대 마켓서 1 천 1 백만 달러 수출	韓國文體部官網	2016/4/28	法國坎城電視節，韓國內容出口較去年度成長 16%
〈觀察〉韓版 QE 救經濟？別傻了！靠「太陽的後裔」更快！	鉅亨網	2016/4/30	〈觀察〉韓版 QE 救經濟？別傻了！靠「太陽的後裔」更快！
韓國宮中國王盛宴 宮廷文化慶典吸睛	新唐人亞太電視台	2016/4/30	韓國宮中國王盛宴 宮廷文化慶典吸睛

標題	來源	日期	中文標題
韓流強勢入侵各地！年觀光產值176億美元創新高	三立新聞網	2016/5/1	韓流強勢入侵各地！年觀光產值176億美元創新高
看好陸客遊韓！韓將興建「中國城堡」旅客人數上看5000萬人	臺灣新浪網	2016/5/5	看好陸客遊韓！韓將興建「中國城堡」旅客人數上看5000萬人
前進韓國「時裝城」！台灣虎航今首航大邱	鉅亨網	2016/5/6	前進韓國「時裝城」！台灣虎航今首航大邱
文青玩韓國 沒落街市變身倉洞藝術村	yam 天空新聞	2016/5/6	文青玩韓國 沒落街市變身倉洞藝術村
韓國塗鴉秀高雄旅展登場 《太陽》周邊商品大放送	NOWnews	2016/5/11	韓國塗鴉秀高雄旅展登場 《太陽》周邊商品大放送
韓將向華出口60部漫畫有望創巨大收益	環球網	2016/5/13	韓將向華出口60部漫畫有望創巨大收益
아르헨 국제도서전 한국그림책 한국문화 집중 소개	뉴시스	2016/5/13	阿根廷國際書展，韓國繪本、韓國文化集中介紹
문체부, 한국-방글라데시 게임산업 교류회 개최	韓國文體部官網	2016/5/13	韓國文化部與孟加拉召開遊戲產業交流會
如何正確打開中國與韓國影業合作的未來？	每日經濟	2016/5/14	如何正確打開中國與韓國影業合作的未來？
문화콘텐츠산업 작년 매출 99조 5천억원...4.8% 증가	연합뉴스	2016/5/18	文化創意產業銷售額較去年度成長4.8%
韓國春川市代表團來常訪問交流	常州人民政府網	2016/5/19	韓國春川市代表團來常訪問交流
「美麗中國 美麗韓國」圖片展在韓國濟州島舉行	人民網	2016/5/20	「美麗中國 美麗韓國」圖片展在韓國濟州島舉行
朴대통령 「문화콘텐츠, 핵심산업으로 육성할 것」	시사일보	2016/5/20	朴槿惠「視文化內容為核心產業來培育」
「박물관 및 미술관 진흥법」 개정안 국회 통과	韓國文體部官網	2016/5/20	韓國通過「博物館與美術館促進法」修正案
赴韓就醫旅遊外國人增多 2022年可創800億元效益	環球網	2016/5/25	赴韓就醫旅遊外國人增多 2022年可創800億元效益
드래곤플라이 광주정보문화산업진흥원에서 4억원 VR 지원금 유치	전자신문	2016/5/30	光州信息文化產業振興院補助4億韓元資金VR開發
2015년 저작권 무역수지 6억 8천만 달러 흑자	韓國文體部官網	2016/6/1	2015年韓國版權貿易順差達6.8億美元
출판문화산업진흥원, '독서진흥'에 업무역량 집중	서울경제	2016/6/2	出版文化產業振興院 致力於「讀書振興」
中韓合作項目新載體——中韓(煙台)文化創意產業研討會舉行	山東新聞網	2016/6/3	中韓合作項目新載體——中韓(煙台)文化創意產業研討會舉行
프랑스 파리에서 한식당 주간(K-restaurant week) 개최	韓國文體部官網	2016/6/3	法國巴黎舉行韓國餐廳週
韓國駐華大使：為中國遊客量身訂製旅遊服務 著重解決宰客現	人民網	2016/6/6	韓國駐華大使：為中國遊客量身訂製旅遊服務 著重解決宰

標題	來源	日期	中文標題
象			客現象
전남정보문화산업진흥원, 지역 창작물 저작권 보호	전자신문	2016/6/7	全南信息文化產業振興院”地方 創作之著作權保護”
2016 中韓創意論壇在寧波舉行 「文創+製造」助力轉型升級	中國新聞網	2016/6/8	2016 中韓創意論壇在寧波舉行 「文創+製造」助力轉型升級
浙江慈溪聯手韓國打造創意新高 地	新華網	2016/6/10	浙江慈溪聯手韓國打造創意新 高地
西藏代表團訪韓推動中韓旅遊及 人文交流	中國新聞網	2016/6/10	西藏代表團訪韓推動中韓旅遊 及人文交流
한식·청송백자·문화산업 발전 '맞손'	경북일보	2016/6/10	韓食、松樹、瓷器 青松郡、韓 國食品基金會與韓國旅遊發展 局簽訂協議共同發展文化產業
전남정보문화산업진흥원, 체감형 게임산업 육성	디지털타임스	2016/6/13	全南信息文化產業振興院”體 驗型遊戲產業育成”
부산, 근·현대 역사문화관광벨트 추진	한국일보	2016/6/14	釜山, 近、現代歷史文化景點 促銷活動
網絡興起業務變 文創產業以人 為本	香港文匯報	2016/6/15	網絡興起業務變 文創產業以 人為本
海南赴韓舉辦旅遊推介會邀請媒 體等了解行業扶持政策	南海網	2016/6/15	海南赴韓舉辦旅遊推介會邀請 媒體等了解行業扶持政策
문체부, 문화 분야 공공데이터 활용 기업 직접 지원한다	韓國文體部官網	2016/6/15	文化部支援企業應用文化公共 大數據
한국관광정책, 질적으로 진화한다	韓國文體部官網	2016/6/17	韓國觀光政策質量上的提高
부산촬영소(글로벌 영상인프라) 건립 사업 추진 본격화	韓國文體部官網	2016/6/20	全力推動釜山片廠(全球化的 圖像基礎設施)建設計畫

三、中國大陸

近兩個月 (04/21~06/20) 中國大陸文化相關產業情勢動態，主要圍繞於整體文化產業發展之探討、地方文化產業與兩岸文化產業交流等動態，以及影視產業、動漫產業、視覺藝術產業與出版產業等次產業動態與議題探討。

(一) 整體文化產業發展探討方面，相關評論訊息著重於探討兩岸文化創意產業優勢互補合作發展、文化產業運用物聯網商業模式提升附加價值、文創產業對接「一帶一路」戰略以促進沿線國家文化產業之交流與合作、文化產業園區發展現況與阻礙分析等相關議題。就文化產業相關政策動態而言，中國大陸國務院辦公廳近日發佈《關於發揮品牌引領作用推動供需結構升級的意見》，冀藉輔導措施提升業者創意涵量與品牌塑造能力，以及推動供需結構轉型升級等實質政策作為，加速新興文化產業發展與擴大消費群體。同時，繼《深入實施國家知識產權戰略行動計劃 (2014 - 2020 年)》與《2016

年全國打擊侵犯智慧財產權和制售假冒偽劣商品工作要點》發佈後，中國大陸國務院近日再度公告《2016 年深入實施國家智慧財產權戰略加快建設智慧財產權強國推進計畫》，強調依法嚴懲影響公平競爭、妨礙創新發展與損害消費者合法權益之侵權假冒違法犯罪，為維持經濟社會健全發展提供有力保障。至於文化產業整體發展評估方面，中國大陸湖北大學高等人文研究院與中華文化發展湖北省協同創新中心等機構近日聯合發佈《文化建設藍皮書—中國文化發展報告（2015—2016）》指出，中國文化「走出去」規模持續擴增，進而使文化競爭力與國際話語權呈顯著提升，惟國內仍存在城鄉發展持續失衡、文化商品與從業人員素質待強化，以及新興文化媒體產業法令規範尚待完善等問題，亟待進一步加強相關文化內涵之建設。

（二）地方文化產業動態方面，較受關注的是幾個沿海主要文化產業較為發達的省市，相繼推出一些文化產業相關活動或政策規劃，包括：江蘇省舉辦第 5 屆創博會，2016 中國昆山國際文化旅遊節，以及南通市 1895 文化創意產業園舉辦臺灣文創生活節等相關活動；浙江省舉辦第 11 屆中國（義烏）文化產品交易會；廣州市舉辦以玩具、禮品、日用陶瓷等勞動密集型產業為主之第 119 屆廣交會二期；深圳市舉辦第 12 屆中國（深圳）文博會藝術節等。第四屆中國（北京）國際服務貿易交易會上，多家企業就相關業務達成合作意向，現場簽署 11 項合作意向，總簽約額度達 31.03 億元，較上一屆提升 12%，金額冠歷屆之最。

（三）兩岸文化產業交流方面，近期之交流活動包括：臺灣業者參與廈門文博會；國立臺灣工藝研究發展中心、臺灣創意設計中心受邀參加《2016 寧波特色文化產業博覽會》，嚴選多位藝術家兼具臺灣傳統及獨特創新風格之作品於寧波國際會展中心展出；外貿協會籌組「臺灣文化創意館」參展團赴第 12 屆 2016 年深圳國際文化產業博覽交易會，獲逾 2,347 萬美元之商機；北京文化創意產業展今年第 7 度於臺北舉辦，40 餘間北京文創企業與臺灣企業就產品引進與人才培養等方面簽署合作協議，預估現場協商金額規模逾億元人民幣。

（四）影視產業方面，清華大學新聞與傳播學院聯合發佈《傳媒藍皮書：中國傳媒產業發展報告（2016）》指出，中國大陸 2015 年電影票房達 440 億元人民幣之歷史新高，較 2014 年成長 48.7%，該報告預估中國大陸將於 2016 年突破 500 億元人民幣，至 2017 年可望超越美國成為全球第一大電影市場。另一方面，其 2015 年綜藝娛樂節目亦達 215 檔之產製高峰，行動娛樂日益普及進一步帶動網路視頻產量較 2014 年成長 7.7 倍，2015 年成為「網路自製劇元年」。

（五）動漫產業方面，近期舉辦活動包括：第 12 屆中國國際動漫節於杭州舉辦，共計逾 80 國與 2,531 間中外動漫企業、機構齊聚參展，累計交易總額達 151.63 億元歷史新高。然而，據《動漫藍皮書：中國動漫產業發展報告 2015》指出，儘管近十年來中國動畫產業快速發展，但仍缺乏具影響力之動漫形象與品牌，技術、品質與產業鏈等面向之建構亦尚有所不足，未來需進一步考量動漫 IP 跨領域開發策略，以吸引資本挹注並重新建構產業獲利模式。產業政策部分，中國大陸文化部文化產業司發佈《關於 2016 年弘揚社會主義核心價值觀動漫扶持計畫申報工作的通知》，該次扶持專案將動漫內容限

定為弘揚社會主義核心價值觀之動漫項目，顯示官方日益關注動漫產業內容輸出，未來其將成為整體產業發展重點。

(六) 視覺藝術產業方面，歐洲藝術基金會 (TEFAF) 與上海自貿區國際藝術品交易中心聯合發佈《2016 全球藝術品市場報告》指出，中國大陸 2015 年藝術品市場規模較上一年度萎縮 23%，交易總額 118 億美元，繼美國與英國其後而位居世界第三。部分專家學者主張中國大陸市場走跌可歸因為證券市場震盪導致主力消費族群財務狀況惡化；消費者未將藝術品列為投資工具選項；以及潛力藝術品掌控於少數機構與藏家手中，導致市場出現徵集困難而銷售量有所侷限。另一方面，業內人士指出，中國拍賣市場拍品流拍率與未支付款情況嚴重，據中國拍賣協會年度統計報告顯示，2014 年逾超過 1,000 萬藝術品交易中，未付款違約率高達 35%；《2016 全球藝術品市場報告》則指出中國大陸國內大型拍賣企業全額付款比率僅 36%，付款比率最高之中國嘉德亦僅 59% 交易完成全額付款，此明顯窒礙產業健全發展。

(七) 出版產業方面，中國新聞出版研究院發佈調查報告指出，2015 年中國成年國民紙本圖書閱讀率為 58.4%，比 2014 年 58.0% 成長 0.4%；成年國民人均閱讀圖書 4.58 本，較 2014 年 4.56 本增加 0.02 本。儘管民眾紙本閱讀率僅微幅成長，然其成年國民數位閱讀接觸率連續七年呈攀升態勢而達 64% 歷史高點；每日接觸新興媒介時長整體亦顯提升，手機閱讀接觸時長增加至 62.21 分鐘，人均每日微信閱讀時長為 22.63 分鐘。整體而言，中國大陸出版產業面臨環境因素之衝擊，包括：審查限制尚未鬆綁、微信與微博等社群活動替代、新興商業模式尚待建構完善等；因此，目前中國大陸出版業者多已朝數位化出版與跨業經營等方向轉型。針對新媒體所導致之傳統圖書、雜誌、報紙經營瓶頸，中國大陸地方政府亦試圖為其協助減緩相關衝擊之影響，例如其財政部於近期發佈《關於申報 2016 年度文化產業發展專項資金的通知》；國家新聞出版廣電總局同時下發《關於徵集 2016 年度文化產業發展專項資金新聞出版廣播影視重大專案的通知》，齊頭並進延續扶植實體書店之中央政策，而與過往援助政策有所差異處在於，除聚焦提升資金總體使用效率外，自徵集、遴選至名單圈核皆由新聞出版廣電主管部門負責，明顯淡化各省級財政部門職能權重。

(八) 流行音樂產業方面，國際唱片業協會 (International Federation of the Phonographic Industry, IFPI) 發布《2016 全球音樂報告》指出，隨大型音樂平台相繼興起與規模擴展，相關管理部門加強取締侵權內容與提升打擊盜版力度，以及國際唱片公司重點挹資對當地藝人挖掘與投資，顯著助益其音樂銷售量於 2015 年大幅攀升 63.8% 而達 1.7 億美元。其中，數位匯流收入亦急速成長 68.6%，進一步促使數位音樂平台相繼研擬推出各項收費機制，進一步開發音樂產業創新商業模式。中國音像與數位出版協會音樂產業促進工作委員會所公告之《2015 年中國音樂產業發展報告》則指出，中國大陸 2014 年數位音樂產業市場規模為 491.2 億元人民幣，年成長 11.5%，其成長幅度逾整體音樂產業 2 倍。

(九) 音樂及表演藝術產業方面，據中國演出行業協會發佈《2015 中國演出市場年度報告》資料顯示，2015 年中國大陸總體演出市場規模達 446.59 億元人民幣，較 2014 年成長 2.83%。值得注意的是，2015 年中國大陸演出市場逐漸復甦而趨於理性，且產業

益加關注創新與劇作品質，進一步吸引社會資本挹注演出領域。就各項統計分析觀察，音樂類演出市場與話劇票房收入呈顯著提升，然旅遊演出、舞蹈類演出與曲藝雜技類演出之票房收入則有所下滑。

表 5-3 中國大陸文化產業情勢動態(04/21~06/20)

標題	來源	日期
農業銀行打造文化創意支行創新驅動支持文化產業	新華網	2016/4/21
「范冰冰」們可抵押貸款利好文化產業	中國經濟網	2016/4/22
文化產業成為數位化經濟的最高收入來源	慧聰音響燈光網	2016/4/22
特色文化產業：互聯網+助力打造市場發展新格局	慧聰音響燈光網	2016/4/22
高新區「雙核」驅動文化產業築造天津「夢工廠」	渤海早報	2016/4/22
「2016 京臺文化創意產業展」在臺北亮相	新華網	2016/4/24
文化產業規模擴大轉型升級步伐加快	中國信息報	2016/4/25
韓媒：中國文化產業前景廣闊為韓企帶來新出路	環球網	2016/4/25
「文化產業銀行」：文化產業發展的「助推器」	臺州日報	2016/4/26
福州新區文化產業加快發展「十三五」末增加值達 150 億	福州新聞網	2016/4/26
第 11 屆中國（義烏）文交會今日啟幕集中展示前沿文化產業	鳳凰網	2016/4/27
最懂內容的華人文化如何佈局文化娛樂產業？	鈦媒體	2016/4/27
河南財政下達億元資金支持文化產業	河南日報	2016/4/28
一季度文化產業企業營收增長 8.6%	財新網	2016/4/29
工行寧波分行助推文化產業發展	寧波日報	2016/4/29
探索武術文化產業化的路徑	珠江時報	2016/5/1
境外媒體：文化產業成中國經濟新引擎	參考消息網	2016/5/2
首季全國規模以上文化及相關產業企業營收增 8.6%	證券日報	2016/5/3
煙臺中小微企業 探討打造文化產業鏈	煙臺日報	2016/5/3
2016 年第一季度中國文化及相關產業企業營收情況分析	中商產業研究院	2016/5/4
文化與金融聯姻推動產業升級	寧波日報	2016/5/4
劉結成：文化產業供給側發展應著重四個戰略	中國經濟網	2016/5/4
中國文化產業的亮麗視窗	中國文化報	2016/5/5
五大新理念帶動文化創意產業發展	青年報	2016/5/5
民俗文化產業成經濟增長亮點	人民日報	2016/5/5
我縣出臺影視文化產業扶持新政	海鹽縣政府	2016/5/5
浦東新增 4 家市級文化創意產業園區	浦東電視臺	2016/5/5
一季度文化產業保持較快增長	光明日報	2016/5/6
中國涉足全球文化產業影響受關注	新華網	2016/5/6

標題	來源	日期
文化產業哪家強？看看龍華「文化產業活力榜」	南方都市報	2016/5/6
社科院：我國文化產業顯示出與發達國家相似景象	中國社會科學院	2016/5/6
中國文化產業國際競爭戰略研究取得重大突破	光明網	2016/5/9
文化產業新政引藝術企業落子	南方日報	2016/5/9
一季度合肥文化產業輕鬆攬金逾 84 億元	合肥晚報	2016/5/10
上海發佈三年行動計畫打造文化創意產業集群	中國經濟網	2016/5/10
文化力量書寫產業華章	河南日報	2016/5/10
文化產業助力現代化國際化綠色新城崛起	南方日報	2016/5/10
文化產業風險投資存在的問題	和訊	2016/5/10
文化產業基金推介澳特區政府扶持措施	香港新聞網	2016/5/10
文博會成拉動文化產業加速器	深圳商報	2016/5/10
我國文化創意產業園區產業鏈分析	中國投資諮詢網	2016/5/10
構建互聯網+文化產業新格局和新方向	騰訊研究院	2016/5/10
亦莊成立文化創意產業聯盟	北京晨報	2016/5/11
我國文化創意產業園區規模分析	中國投資諮詢網	2016/5/11
我國各類文化創意產業園區發展現狀分析	中國投資諮詢網	2016/5/11
深圳文博會 66 家分會場舉辦近 500 項活動文化產業集聚	深圳特區報	2016/5/11
第三屆北大光華紐約論壇：共論中國文化藝術產業新格局	和訊網	2016/5/11
寫在文博會前：新三板和文化產業一相逢便勝卻人間無數！	第一路演	2016/5/11
廣東文化產業成績亮眼科技創新成獨特優勢	廣州日報	2016/5/11
「四大效應」探尋文化產業藍海	光明日報	2016/5/12
山西重點文化產業項目閃耀文博會	騰訊網	2016/5/12
文化娛樂產業得到爆發式推動明星 IP 價值越來越大	中國投資諮詢網	2016/5/12
文化產業助推東莞結構優化和轉型升級	中國文化報	2016/5/12
文化創客：深圳文化產業發展新引擎	中國文化報	2016/5/12
文化創意產業園區發展前景與未來趨勢預測	中國投資諮詢網	2016/5/12
為文化產業注入金融源動力	金融時報	2016/5/12
高鐵經濟效應凸顯文化產業集群發展	寶安日報	2016/5/12
從遊戲產業到遊戲文化的蛻變：第十二屆中國文博會盛大起航	電玩巴士	2016/5/12
深圳文博會上孔孟之鄉濟寧力推 78 個文化產業項目	人民網	2016/5/12
深圳文博會開幕浙江省委常委：原創是文化產業源頭	中原網	2016/5/12
深圳龍崗「文化+」業態擴張助力高端產業集群	深圳晚報	2016/5/12
第十二屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會今日開幕	東北新聞網	2016/5/12
第十二屆中國（深圳）國際文化產業博覽會亮點提前看	湖南日報	2016/5/12
創造文化產業奇跡	經濟日報	2016/5/12

標題	來源	日期
廣東江門文化產業特色突出「僑」味十足	中國文化報	2016/5/12
數字中的「中國文化產業第一展」	深圳特區報	2016/5/12
寶安：文化新業態引領產業轉型升級	南方日報	2016/5/12
寶安文化創意產業：借產業名城戰略昂首闊步實踐文化創新	寶安日報	2016/5/12
中國文化產業創新創業大會召開創新文化亮點紛呈	中國經濟網	2016/5/13
文化產業遍地開花	中國文化報	2016/5/13
文博會是中國文化產業發展新成就的縮影	重慶特區報	2016/5/13
文博會首日 36 個優秀文化產業項目簽約	深圳特區報	2016/5/13
軍民融合文化產業聯盟在深成立	深圳特區報	2016/5/13
重慶智庫發佈月度報告研判文化產業七大趨勢	重慶商報	2016/5/13
創新創造創意：引領文化產業轉型升級	光明日報	2016/5/13
創新，文化產業發展的生命力	寧波日報	2016/5/13
粵去年發放文化產業貸款近千億元	南方網	2016/5/13
文化產業供給側發展應著重四大戰略	中國文化報	2016/5/14
文博會新三板高峰論壇把脈文化產業發展路徑	深圳特區報	2016/5/14
深圳文化產業初印象：提升溫度創新角度	臺州在線	2016/5/14
湖北文化產業招商簽約會在深圳舉行	荊楚網	2016/5/14
十年相約深圳文博會新疆文化產業羽翼逐漸豐滿	天山網	2016/5/15
中國文化企業積極參與全球文化產業鏈	中國金融資訊網	2016/5/15
文化科技引領文化產業未來	中國經濟網	2016/5/15
文化產業園區集聚效應明顯打造業內「航母」	南方日報	2016/5/15
政府優惠扶持為文化產業發展提供強大支撐	南方日報	2016/5/15
科技元素助力文化產業升級	國際商報	2016/5/15
海口文化產業園驚豔亮相第十二屆深圳文博會	海南在線	2016/5/15
創造中國文化產業第一展新氣象	深圳特區報	2016/5/15
文化產業下一個投資「風口」何在	南方日報	2016/5/16
文化產業托舉發展品質	深圳特區報	2016/5/16
合肥高新區：「文化+聯網」，塑造產業新生態	中安在線	2016/5/16
我區文化產業發展成績斐然	新疆經濟報	2016/5/16
國務院發文推動文化創意產業主題基金站風口	金融界網站	2016/5/16
深圳文博會聚焦我市文化產業重點項目	哈爾濱新聞網	2016/5/16
產業示範：文化跨界——家居變革的時代創享	南方企業新聞網	2016/5/16
湖北之聲評論：文化產業也需供給側改革	湖北之聲	2016/5/16
湖南文化產業逆勢揚帆	城市商報	2016/5/16
硬功夫展文化軟實力細節處見產業新成就	哈爾濱日報	2016/5/16

標題	來源	日期
新三板將助力文化產業跨越式發展	中國證券報	2016/5/16
精耕文旅產業，打造文化精品	騰訊網	2016/5/16
聚焦文化旅遊與文化產業新趨勢第七屆烽火文創論壇舉行	陝西新聞網	2016/5/16
聚焦文博會：長沙文化產業發展讓群眾有更多獲得感	星辰全媒體	2016/5/16
衡水民俗文化產業成經濟新增長點產業增加值居全省首位	河北新聞網	2016/5/16
寶安：文化連接未來產業迸發力量	深圳特區報	2016/5/16
「創」字領舞呼和浩特文化產業順利建設	呼和浩特新聞網	2016/5/17
【治國理政新實踐·廣東篇】深圳龍崗：文化產業走向內涵式發展	南方日報	2016/5/17
2016 文化創投峰會在深舉辦助推文化創投產業發展	中國經濟網	2016/5/17
引科技創新思路布文化產業大局	中國珠寶行業網	2016/5/17
文博會再現文化產業投資熱潮	深圳商報	2016/5/17
安吉文化產業「五子登科」	光明日報	2016/5/17
把文化產品發展成文化產業	國際商報	2016/5/17
范周：文化產業供給側結構性改革的幾點思考	中國經濟網	2016/5/17
茅洲河「一河兩岸」文化產業佈局初現	深圳晚報	2016/5/17
首屆中韓文化創意產業研討會本月舉行	煙臺日報	2016/5/17
深圳文化產業融合實體經濟七成出口面向「一帶一路」	21 世紀經濟報導	2016/5/17
深圳文博會：文化產業融合實體經濟七成出口面向「一帶一路」	世紀經濟報道	2016/5/17
深圳文博會成就文化產業新未來	深圳商報	2016/5/17
創客運動提升文化產業創意與文化產品的品質	深圳特區報	2016/5/17
湖南文化產業的深圳朋友圈	紅網	2016/5/17
新安街道文化產業強勢崛起	寶安日報	2016/5/17
福建文化跨界融合效應呈現文化產業的獨特魅力盡顯	東南網	2016/5/17
「一帶一路」為文化產業「走出去」鋪路	中國女性網	2016/5/18
中國民營文化產業商會赴韓參加釜山國際影視節目展	中國網	2016/5/18
文化揚帆產業遠航	上饒新聞網	2016/5/18
市統計局三措施摸清文化產業單位底數	鄂州市統計局	2016/5/18
京津冀文化產業協同發展的路徑	華龍網	2016/5/18
奏響上海文化產業最強音文化企業推選活動公示票選啟動	東方網	2016/5/18
要從兩個角度認識文化創意產業	中國經濟時報	2016/5/18
第七屆海峽兩岸文化創意產業展將在臺舉行	網絡導報	2016/5/18
尋跡荊楚「文化+」助力湖北文化產業騰飛	中國文化報	2016/5/18
貴州文化產業邁向跨界融合	貴州商報	2016/5/18
鞏固發展文化產業成果，促進首府文化更大繁榮	呼和浩特市統計局	2016/5/18
蘇州吳中區開拓文化產業「六個一」發展模式	中國文化報	2016/5/18

標題	來源	日期
PPTV 最新戰略定位：全面發力文化創意產業	賽迪網	2016/5/19
文化產業，歷史將我們逼上起跑線	揚州日報	2016/5/19
文化產業「珠海軍團」新動向本土文化與科技的融合	南方日報	2016/5/19
文博會：一點錢金融助東北文化產業振興發展	揚子晚報	2016/5/19
王偉斌：文化是美好的產業是殘酷的	中國經濟網	2016/5/19
他山之石可以攻玉探尋深圳文化產業發展之路	臺州日報	2016/5/19
完美世界蕭泓：數字時代文化產業的智造升級	中國新聞網	2016/5/19
見證新疆文化產業成長	新疆日報	2016/5/19
金華發出千萬重獎全力推進文化影視產業全域化發展	浙江在線	2016/5/19
黃斌：要從兩個角度認識文化創意產業	中國經濟時報	2016/5/19
福建文化產業：創新引領轉型	福建日報	2016/5/19
福建文化產業成經濟發展新增點業態創新推動產業變革	東南網	2016/5/19
蘇臺文化產業交流促成多項簽約	中時電子報	2016/5/19
讓創新成為民俗文化產業的源頭活水	長城網	2016/5/19
文化產業跨界融合成趨勢	晶報	2016/5/20
文博會後，新區文化產業怎麼走？	南方都市報	2016/5/20
吉林省下發《金融支持文化產業發展意見》	中國吉林網	2016/5/20
多部門推動文化創意產品開發啟動「文化產業細胞」生命力	中國產經新聞	2016/5/20
金融創新助推三晉文化旅遊產業崛起壯大	中國報協網	2016/5/20
哈爾濱市到 2017 年底文化產業增加值達 480 億元	黑龍江日報	2016/5/20
海峽兩岸專家學者把脈慈溪文化創意產業發展	浙江在線	2016/5/20
第十二屆中國國際文化產業博覽交易會文創產品很搶手	齊魯晚報	2016/5/20
創新創意讓文化產業活力四射	江西日報	2016/5/20
甘肅會展文化產業依「央地合作」模式謀轉型	中國新聞網	2016/5/21
成都青羊區出臺文化產業支持政策最高獎勵 200 萬元	成都日報	2016/5/21
第十二屆文博會閉幕汕頭文化產業實現「雙豐收」	汕頭日報	2016/5/21
創意是文化資源和文化產業之間的橋樑	山西晚報	2016/5/21
桂林著力培育文化創意產業打造經濟增長新亮點	央廣網	2016/5/22
2016 中國文化娛樂產業投資峰會在京召開	中國新聞網	2016/5/23
文創專家齊聚浙商大探討文化產業新趨勢	錢江晚報	2016/5/23
專家聚北京話香祖文化源流衡山香文化產業園啟動建設	中原網	2016/5/23
寧夏路原手錶廠變身一期 10 月啟用將成文化產業園	青島晚報	2016/5/23
「IP 智造者」劉波出席 2016 影視文化產業投資論壇	美通社	2016/5/24
「中華文化藝術授權第一人」來莞暢談文化產業發展	東莞陽光網	2016/5/24
2016 海峽兩岸周易文化創意產業論壇在河南安陽舉行	中國臺灣網	2016/5/24

標題	來源	日期
中美機構設立 200 億元文化產業投資基金	新華社	2016/5/24
以有力措施推動文化產業發展壯大	大連新聞網	2016/5/24
赤峰市文化創意產業異軍突起對全市 GDP 貢獻率逐年提升	赤峰日報	2016/5/24
做強文化產業離不開媒體人思維	長沙文明網	2016/5/24
國際影視文化產業論壇在京舉辦	北京商報	2016/5/24
榮成影視文化創意產業方興未艾	齊魯晚報	2016/5/24
廣州是「文化沙漠」？數據：文化產業已走出低谷	星島環球網	2016/5/24
2016 安陽文化旅遊產業精品展開展	安陽日報	2016/5/25
八個關鍵字領悟湖南文化產業	紅網	2016/5/25
中韓文化創意產業示範園落戶芝罘	YMG	2016/5/25
中韓文化創意產業合作勢旺	中國新聞網	2016/5/25
以新發展理念引領文化產業發展	湖南省人民政府	2016/5/25
打造文化產業，廣州還需要做什麼？	新快報	2016/5/25
我國文化旅遊產業發展趨勢分析	中國投資諮詢網	2016/5/25
東莞不斷推進文化產業發展	東莞陽光網	2016/5/25
河南安陽：文化產業精品展銷會開幕	新華網	2016/5/25
前 4 月陝西文化產業投資同比增長 57.4%	西安日報	2016/5/25
華夏影視文化創意產業園擬落戶汕尾	汕尾日報	2016/5/25
「2016 中國華僑文化創意產業發展峰會」在福建舉行	新華網	2016/5/26
「匯聚·照亮」揚州市全面啟動文化產業發展方略	揚州晚報	2016/5/26
14 個文化產業項目在滬簽約	寧波日報	2016/5/26
中韓（煙臺）文化創意產業研討會舉行	膠東在線	2016/5/26
民俗文化產業何去何從	中國網	2016/5/26
用「互聯網+」打造文化產業升級版	紅網	2016/5/26
動漫海洋牧場：展現獐子島文化與產業雙驅發展新思維	環球網	2016/5/26
張文雄在全省文化產業發展座談會上要求：加快集團化資訊化國際化推動文化產業跨越發展	湖南省人民政府	2016/5/26
貫徹「五大發展」理念 繁榮邯鄲文化產業	邯鄲日報	2016/5/26
揚州市局在全省率先設立文化產業調查處	揚州市統計局	2016/5/26
湖南文化產業發展座談會上，「大佬」們說了啥？	紅網	2016/5/26
瀆灞生態區：以文化產業為引擎加快區域經濟發展	鳳凰網	2016/5/26
瞄準「三化」，打造文化產業升級版	湖南日報	2016/5/26
濟寧：為文化產業發展提供優質高效統計服務	濟寧新聞網	2016/5/26
濟寧聚合資源優勢發展文化產業	中國文化報	2016/5/26
中國電影衍生品產業聯盟成立文化體驗產業破冰前行	中國經濟網	2016/5/27

標題	來源	日期
文化特色小鎮助力寧波文化產業升級	寧波日報	2016/5/27
文化產業規劃	中國文化報	2016/5/27
宏藝珠寶文化產業園正式落成	山西晚報	2016/5/27
南京市文化產業改革制定 18 套意見推動發展「南京話」	鳳凰網	2016/5/27
城市與設計產業論壇聚焦創意城市打造	中國文化報	2016/5/27
從深圳文博會看文化產業新走向根植於工匠精神的「腦洞大開」	中國寧波網	2016/5/27
湖南文化產業，一路風雨一路歌	華聲在線	2016/5/27
漳州市青年文化創意產業協會成立馬祖海當選首屆會長	閩南網	2016/5/27
2015 中國省市文化產業資本力指數排行發佈北京遙遙領先	中國文化報	2016/5/28
天津國家動漫園文化創意產業 5 年貢獻稅收 32 億元	渤海早報	2016/5/28
江蘇文化產業增加值位列全國第二新思想新理論引領新發展	中國新聞網	2016/5/28
西安順城巷將華麗變身擬打造成最具文化特色休閒娛樂產業帶	西安晚報	2016/5/28
國家動漫園開園五年成我國文化創意產業重要載體	新華社	2016/5/28
清華美院落戶西海岸，要建文化創意產業研究院	齊魯壹點	2016/5/28
中國文化產業基金陳杭：感謝三板投開心麻花 2 年賺 16 倍	和訊	2016/5/29
專家：建立冰雪產業盈利管理模式打造冰雪文化體系	中國新聞網	2016/5/29
專家在京研討推動中國文化產業健康繁榮發展	中國新聞網	2016/5/29
2016 海峽兩岸文化創意產業交流會亮相京交會	海峽之聲	2016/5/30
文化產業項目測評工作研討會舉行	中國經濟網	2016/5/30
平山佛光山生態文化旅遊產業園探索「大區小鎮」脫貧模式	長城網	2016/5/30
全國 31 省市文化產業資本力排名陝西排第 12 名	華商網	2016/5/30
成都安仁古鎮、天回古鎮、黃龍溪古鎮三個古鎮全面提檔升級	成都日報	2016/5/30
兩岸茶文化論壇濟南舉辦加強濟臺茶產業合作	中國臺灣網	2016/5/30
首屆中法文化論壇在京舉行兩國六城市對話文化創意產業發展	人民網	2016/5/30
國家動漫園攜手炫我科技打造天津最大雲渲染中心	中國新聞網	2016/5/30
國際影視文化產業發展與投融資論壇將在京舉辦	中國文化報	2016/5/30
第十屆國際茶產業博覽會暨第四屆茶文化節開幕	新槐蔭	2016/5/30
絲綢之路新疆文化產業創新發展增添智力支持	人民網	2016/5/30
媽媽網成戰略合作夥伴支援騰訊兒童文化內容產業	CCTIME 飛象網	2016/5/30
新型城鎮化如何留住鄉愁	人民日報	2016/5/30
新疆財經大學文化產業研究中心掛牌	新疆經濟報	2016/5/30
聚焦新疆文化產業創新發展	新疆日報	2016/5/30
文化產業測評亟待標準化	光明日報	2016/5/31
洛陽文化產業論壇成功舉行	洛陽網	2016/5/31
華胥文化產業園簽約京交會西安將打造新創意產業地	華商網	2016/5/31

標題	來源	日期
「創意」已成全球矚目新興產業	國際商報	2016/6/1
2016 第四期洛陽文化產業論壇舉行	河南省人民政府	2016/6/1
AIC 成為中國文化產業項目測評中心行業合作夥伴	博寶資訊網	2016/6/1
山東省文化廳鼓勵鄉鎮發展文化產業和文化事業	中國新聞網	2016/6/1
出版傳媒「二次創業」欲打造頂級內容服務商和文化產業運營商	證券日報	2016/6/1
平遙古城旅遊文化產業發展之我見	中國網	2016/6/1
合力共推廣清文化創意產業園建設	南方日報	2016/6/1
財政部明確文化產業發展資金改革思路	中國財經報	2016/6/1
第八屆海峽論壇·媽祖文化活動週將在莆田舉行	福建法治報	2016/6/1
2016 世界手工藝產業博覽會在上海開幕	國家旅遊地理網	2016/6/2
中法六城市長齊聚北京探討文化創意產業合作	大公網	2016/6/2
中國文化創意產業園區專案 BOT 模式分析	中國投資諮詢網	2016/6/2
文化產業也有低端業態北京預計疏解部分文化產業	人民網	2016/6/2
北京出臺文創產業發展目錄市區禁止新建遊樂園	中國新聞網	2016/6/2
北京市動漫遊戲美術製作環節不再享受文創相關優惠政策	中國經濟網	2016/6/2
專家在杭研討文化產業轉型	浙江日報	2016/6/2
深化理解文化產業政策動力機制	中國文化報	2016/6/2
辟建對外文化貿易基地天津文化產業前景看好	光明網	2016/6/2
「藝術南京」閉幕第三屆「南京國際美術展」啟動	新華網	2016/6/3
2016 版文化產業發展指導目錄發佈城六區禁新建海洋館	京華時報	2016/6/3
小鎮青年引領電影眾籌著眼青年推動文化產業發展	鳳凰網	2016/6/3
文化傳媒行業：2016 中國電影產業研究報告發佈	騰訊網	2016/6/3
北京公佈文化產業發展指導目錄禁止新建外景拍攝地	光明網	2016/6/3
北京發佈全國首個省級文化產業發展指導目錄	華龍網	2016/6/3
動漫網遊美術製作將列入北京產業禁止名單	安卓遊戲門戶	2016/6/4
「文化產業高峰論壇 2016」在港舉行	新華網	2016/6/6
2016 澳門文化產業論壇下週一揭幕	香港新聞網	2016/6/6
上海「寧波週」簽約 14 個文化產業專案總投資額超百億	寧波文化網	2016/6/6
香港導演交流心得鼓勵港青到內地發展	中國新聞網	2016/6/6
海內外學者澳門研討「一帶一路」與澳門文化產業機遇	中國新聞網	2016/6/6
中國文化產業如何抓住黃金未來？	藍鯨 TMT 網	2016/6/7
文化產業或成國民經濟產業支柱	北京青年報	2016/6/7
文化產業項目測評有望標準化	華龍網	2016/6/7
平度首家文化產業園開園大學生等可免費入駐	青島早報	2016/6/7
2016 影視文化產業高峰論壇將於滬舉辦	新浪網	2016/6/8

標題	來源	日期
以文化產業牽引新型城鎮化建設	光明網	2016/6/8
安徽出版產業園開建數位化文化產業園呼之欲出	人民網	2016/6/8
京粵浙文化產業資本力指數位列前三甲	中國經濟導報	2016/6/8
戛納電視節緣何落地杭州促進中國影視產業走出去	光明日報	2016/6/8
推進文化產業發展青島將建現代海洋文化名城	青島早報	2016/6/8
第四屆京交會 2016 海峽兩岸文化創意產業交流會成功舉辦	星島環球網	2016/6/8
慢錢分析：私基進軍文化產業勢頭銳不可當	中國財經時報	2016/6/8
上海文創產業「十三五」期間再上快車道	新華網	2016/6/9
兩岸影像文化產業論壇舉行	福建日報	2016/6/9
福建安海深耕文化產業千年古鎮展兩岸文創之美	中國網	2016/6/9
文化科技將深度融合描繪文化產業未來圖景	東方網	2016/6/11
文化產業占 GDP 比重 3.86% 股權融資現狀解析	中國文化報	2016/6/11
文化產業「熱」且「鬧」未來將不可想像	證券時報網	2016/6/12
專家：文化養老將成養老產業發展「新大陸」	中國新聞網	2016/6/12
2016 年度蘇州市文化產業重點專案公佈	中國江蘇網	2016/6/13
中俄文化產業研討會召開	黑龍江日報	2016/6/13
2016 中國網路文化產業年會 11 月底在京舉行	蘋果園	2016/6/14
文化部首次參與申報評審 PPP 模式如何助力文化產業？	中國經濟網	2016/6/14
全國文化產業重點項目手冊發佈四川 25 個項目入選	四川日報	2016/6/14
「文創中國」打造文化創意產業新平臺	中國文化報	2016/6/15
首屆中國-中東歐文化創意產業論壇在塞爾維亞成功舉辦	中國日報網	2016/6/15
「十三五」時期文化產業發展的主線是提質增效	人民網	2016/6/16
文化產業發展進入深水區，影視眾籌或成破局之點	速途網	2016/6/16
助力供給側改革私募跨界掘金文化產業	新浪網	2016/6/16
河北設立 10 億元省級文化產業引導股權投資基金	中國財經報	2016/6/16
文化產業創新與文化繁榮是大趨勢	中華工商時報	2016/6/17
第二屆國際文化產業投資洽談會在北京開幕	半月談網	2016/6/17
廈門國際影視文化產業聯盟成立	福建日報	2016/6/17
文化產業：走向微笑曲線兩端	大眾日報	2016/6/18
文化產業投資成新熱點	和訊	2016/6/18
（文化建設藍皮書）文化產業正向國民經濟支柱產業邁進	荊楚網	2016/6/19
50 億元文化產業基金起航	解放日報	2016/6/19
南通動漫產業園開園港開區文化產業快速增長	南通日報	2016/6/19
樂視高級副總裁王永利：文化產業即將成為國民經濟支柱	證券時報網	2016/6/19
文化外延產業（國際）高峰論壇探討中國 IP 未來之路	中國經濟網	2016/6/20

標題	來源	日期
白建忠：中國文化娛樂產業進入了前所未有的「黃金時代」	東方財富網	2016/6/20
京津冀文化創意產業示範基地正式啟動	天津網	2016/6/20
陝西文化產業創業聯盟成立大會勝利召開	中國網	2016/6/20
聚合資料欲在「620」打造資料行業的「網路文化節」	百度百家	2016/6/20

四、英國

英國於 2016 年 6 月 23 日進行公民投票決定是否要脫離歐盟(British Exit, Brexit) , 在此之前, 隨著公投日期即將到來, 各方對於脫歐或是留歐的激辯也逐漸升溫。針對脫歐議題, 英國逾 250 位演藝文化產業人士如演員、作家、音樂家和其他藝術家等透過公開信, 表達反對英國脫離歐盟立場, 公開信提及英國若脫歐恐將嚴重削弱英國享譽全球的創意成就。

在各別文化產業對於脫歐的影響方面, 多數英國電視產業業者認為, 脫離歐盟將損害英國於全球內容舞台上的地位。根據 Media Business Insight (MBI) 所進行之調查, 製作人、導播與發行人中有 59% 的人表示 Brexit 將會對他們的業務造成不好的影響, 英國電視產業已成為全球商業的一部分, 英國電視節目對於歐洲的傳播公司出口價值每年約為 3.76 億英鎊, 許多人擔心若脫離歐盟將造成新的貿易障礙出現, 使整體出口價值滑落, 許多依賴歐洲的資金及合作投資製作之計畫, 也會因此而終止; 多數音樂產業業者擔心若沒有目前歐盟的版權法, 英國藝術家及唱片公司就無法得到充分的保護, 而收入的部分也可能會造成衝擊。英國音樂產業對英國經濟貢獻約 41 億英鎊, 據英國唱片業協會(BPI) 的調查報告指出 47% 的會員表示收入至少有四分之一是來自於歐盟。

在產業政策方面, 英國政府於 2016 年 5 月公布皇家特許白皮書, 準備針對 BBC 運作管理進行「重大調整」計畫, 包括取消目前 BBC 內部指導營運的機構 BBC 信託會, 並建立一個董事會來管理日常事務。皇家特許白皮書也表明目前維持 BBC 之營運, 向英國民眾徵收的電視執照費模式仍將繼續至少 11 年, 在英國 74 歲以下的成年觀眾觀看 BBC 節目, 使用任何多元載具皆必須繳納電視執照費, 未來執照費的收取將以公平性和便利性的原則思考, 並同時兼顧低收入戶的困境。BBC 節目未來 11 年的存續, 對於英國社會尤具重要意義。

在文化推廣方面, 英國文化協會希望能增加一倍的英國國際藝術活動及預算, 計畫在未來五年與全球超過十萬個藝術家及藝術團體合作, 以加強英國與世界各地的文化連結性; 另推出一個 3,000 萬英鎊的文化保護基金, 與中東及北非國家合作, 提供資金保護相關文化遺產。

另外, 獲選 2017 英國文化都市的赫爾宣布將提撥三百萬英鎊與英國文化遺產彩券基金合作, 希望提升赫爾的文化遺產服務如博物館、檔案館和圖書館等, 使往後幾年城市居民能因此受益。這筆資金將有助於刺激地方的文化活動, 以及提供赫爾吸引新觀眾和遊客的機會。在這一年中, 該計畫將籌劃戲劇、舞蹈、音樂、電影和藝術, 以及傳統活動來慶祝城市的歷史。

表 5-4 英國文化產業情勢動態(04/21~06/20)

標題	來源	日期
The streets of Manchester are going to be covered in graffiti - and here's what it will look like	Manchester Evening News	2016/4/23
Selfies, puns and codpieces galore at the Shakespeare street festival	The Guardian	2016/4/24
莎士比亞同鄉！女藝術家繪「莎劇地圖」紀念逝世 400 年	Ettoday	2016/4/25
Marketing Lancashire appoints Creative Tourist for cultural push	Prolific North	2016/4/26
NIGHTLIFE MATTERS CAMPAIGN LAUNCHED TO PROTECT BRITAIN'S CLUBS AND VENUES	Radio X	2016/4/26
Brexit: the TV industry reacts	Broadcast	2016/4/28
Videogames are a remarkable artform that can help save UK culture	The Guardian	2016/4/29
BBC could be banned from running most popular shows at prime-time	International Business Times	2016/5/1
Games are biggest winner in UK's cultural economy	Wired.co.uk	2016/5/4
Give half of UK film funding to projects led by women, directors say	The Guardian	2016/5/4
英新報不敵報業凋零 創刊 10 週吹熄燈號	大紀元	2016/5/5
Graffiti artist Professor Pigment backs Stoke-on-Trent's bid to become UK City Of Culture	Stoke Sentinel	2016/5/9
Study finds only a fifth of the UK's film workers were female in 2015	The Independent	2016/5/10
英國將公布 BBC 新特許狀白皮書	now 新聞	2016/5/11
英國政府公布對 BBC 「重大調整」計劃	BBC NEWS 中文網	2016/5/12
U.K. Reveals Plans for BBC's Future	The Wall Street Journal	2016/5/12
Art meets audience: how to create unique, immersive experiences	The Guardian	2016/5/13
英國影史上第 4 偉大電影 《猜火車》續集開拍	聯合新聞網	2016/5/19
BBC's Manchester move has done nothing for northern drama, say industry chiefs	The Stage	2016/5/19
近 300 英國藝文界明星 支持續留歐盟	法新社	2016/5/20
Benedict Cumberbatch and Paloma Faith among 250 stars backing EU	The Guardian	2016/5/20
Why Britain should stay in the EU – by readers who work in the arts	The Guardian	2016/5/20
Creative industry leaders to vote remain	ArtsProfessional	2016/5/20
Nicholas Hytner: 'Free exchange of talent' will suffer if Britain leaves EU	The Stage	2016/5/20

標題	來源	日期
IFB2016 is a festival for everyone, says creative director	Liverpool Echo	2016/5/22
UK music figures back campaign to stay in EU	Mucic Week	2016/5/23
Hull announces £3m Lottery partnership for UK City of Culture	The Stage	2016/5/25
Creative Industries Federation members survey shows 96% want to stay in EU	Design Week	2016/5/27
Artists speak out as the battle rages over Brexit	The Art Newspapaer	2016/5/29
Viva La Festival! Outdoor culture is our passion	The Guardian	2016/5/29
Arts and culture sector to get their own .art domain name	UK Fundraising	2016/5/30
It's culture vs the UK culture secretary in the Great British Brexit Debate	APOLLO	2016/5/31
Network to preserve our seaside heritage	Scarborough Today	2016/6/4
British Council plans to double UK's international arts activity	ArtsProfessional	2016/6/8
Employment for women in performance sector is best in creative industries	The Stage	2016/6/10
BREXIT What will a 'leave' vote mean for the UK music industry?	Never Enough Notes	2016/6/10
What would Brexit mean for UK's arts and media industries?	iNews	2016/6/14
Music tourism generated almost £4bn in 2015	ArtsProfessional	2016/6/17
英若脫歐 文化將被孤立 斷送科研藝術大國	鉅亨網	2016/6/20

五、美國

近期 (04/21~06/20) 美國新聞重點多圍繞於展覽活動、藝術節及頒獎典禮等產業活動，也包括過去長期進行的網路版權議題、網路中立性議題與文物歸屬權議題，以及音樂產業面對數位化的動態。

延續前幾個月的動態，版權保護議題仍為關注焦點，相關保護活動及聯署活動持續進行。同時，網路中立性議題有了新的進展，美國法院正式宣布支持 FCC 提出的網路中立性內容，以保障消費權益與網路創新服務發展，而 ISP 業者認為過度管制會傷害網路建設發展，也表示將會上訴。

針對其他議題，在文資文物方面，猶太後代要求美國歸還文物，其乃在二戰期間被納粹侵占，而後被美國士兵私竊的藝術品，此為文物歸屬權的長期國際戰爭，去年美方博物館試圖想留下文物，現終於同意歸還。

在流行音樂方面，面對數位串流帶來的新趨勢，葛萊美獎調整獎項規定，如音樂格式納入串流音樂、新人獎資格認定放寬、允許說唱歌手競賽個人獎...等。另外，紐約通過「紐約州音樂作品稅收抵免(Empire State Music Production Tax Credit)」法案，針對與音樂製作相關的成本，在紐約南部及紐約北部分別抵免 25%及 35%，計畫每年上限 2,500 萬美元。紐約擁有重要的基礎設施與人才，但就業與製作條件卻不如其他州，此案通過後將有至少 10 萬位在紐約的音樂工作者受惠，對產業有正面影響，紐約音樂聯盟 (New York is Music，簡稱 NYIM) 對此表示肯定，並且將繼續督促該法案通過立法。

近兩個月也有一些值得關注的展會活動及頒獎典禮，在視覺藝術方面如新藝術經銷商聯盟 (New Art Dealers Alliance，簡稱 NADA) 於 5 月初在紐約舉辦的交易會；在博物文資展覽方面，美國博物館聯盟(American Alliance of Museums)舉辦的博物館博覽會邁入第五屆，當中也包括臺灣文物展出。而在表演藝術方面，曼哈頓下城暑期最大型的免費藝術節 - 河堤藝術節 (River To River Festival) 在 6 月舉行，展演場地包括具特殊意義的室內空間以及室外場域，以促進藝術文化的公共參與。第 70 屆東尼獎在 6 月舉行，典禮內容關懷多元社會議題，包括主持人向奧蘭多同志酒吧恐怖攻擊受難者致意，《漢密爾頓》、《人性》等得獎作品皆反映社會議題，以及所有 4 項音樂劇演技獎由非裔演員獲得等。

表 5-5 美國文化產業情勢動態(04/21~06/20)

標題	來源	日期
Where Have All The Country Music Hits Gone?	Forbes	2016/4/21
To Honor Nashville's Music Row, Entire District Submitted for Historic Recognition	Curbed	2016/5/2
2016 New York NADA Artadia Awardee Announced	Broadway World	2016/5/6
NADA New York Kicks Off with Speedy Sales and Art You Can Touch	ART SY	2016/5/6
Hi-Res MUSIC Initiative Expands to Include Music Streaming Services	RIAA News	2016/5/11
美國歸還「二戰」期間從德國拿走的藝術品	紐約時報中文網	2016/5/15
Will American films produced in China cost U.S. jobs?	Fox News	2016/5/17
The Business of Too Much TV	Vulture	2016/5/18
Pair of glasses left on US gallery floor mistaken for art	The Guardian	2016/5/27
美博物館博覽會臺 5 博物館參展吸睛	中央通訊社	2016/5/27
From Taipei, a Feast for the Eyes for a Time Before Instagram	The New York Times	2016/5/27
Television industry deceives nation's viewers	Lebanon Reporter	2016/5/28
U.S. Museums Trying to Keep Jewish Artwork Stolen By Nazis	The Washington Free Beacon	2016/6/8
An Inside View as a Dealer Prepares for Art Basel	The New York Times	2016/6/8
Helen Mirren urges US Senate to return Jewish art taken by Nazis	ABC News	2016/6/9

標題	來源	日期
Reinventing the International Center of Photography for the Selfie Age	The New York Times	2016/6/10
MoMA Apologizes for Dropping a Film Critical of North Korea	The New York Times	2016/6/10
22 歲美國歌手粉絲見面會出事 Christina Grimmie 遭槍殺 兇手自轟亡	蘋果日報	2016/6/12
美國電影協會、上戲推出「電影項目孵化平臺」	騰訊網	2016/6/12
Highlights from the 2016 Tony Awards	The New York Times	2016/6/13
音樂劇《漢密爾頓》橫掃東尼獎眾星向奧蘭多恐攻受難者致意	風傳媒	2016/6/14
中美探討遊戲產業深層次合作	人民網	2016/6/14
美國法院支持網路中立性，ISP 業者不得對特定內容限制網速、流量	數位時代	2016/6/16
New York is Music Coalition Applauds Passage of Empire State Music Production Tax Credit, Urges Governor Cuomo to Sign Bill into Law.	RIAA News	2016/6/16
Grammy Awards Tweak Rules for Streaming Music	The New York Times	2016/6/16
River To River highlights Lower Manhattan arts	The Villager	2016/6/16
Taylor Swift and other big names join the music industry's campaign against YouTube	Tech Crunch	2016/6/20

六、新加坡

近兩個月 (04/21~06/20) 新加坡文化產業情勢動態，主要聚焦於藝文教育、出版產業、智慧財產權、表演藝術及視覺藝術之探討。

藝文教育部份，近年新加坡政府積極推廣相關兒童藝術活動，主要是認為孩童越早接觸藝文活動，對孩童未來的身心靈發展有其重要性，因此新加坡國家藝術理事會在 2014 年整體藝文規劃中，建立專門的兒童藝術中心，預計於今年 (2016 年) 底在月眠藝術中心 (Goodman Arts Centre) 正式營運。另外，濱海藝術中心 (The Esplanade) 亦於今年二月份推出兒童專屬藝文活動空間，該空間推出新加坡作家、工藝家.....等相關藝文作品，讓孩童了解新加坡在地藝術家。

出版產業部分，據新加坡出版協會主席 PETER SCHOPPERT 介紹新加坡出版業主要分為三類，第一類為 STM (科學、技術、醫學) 與學術類；第二類為教育書籍類；第三類為文學圖書類。由於新加坡屬於高度開放貿易之國家，本土出版業者須與國際業者相競爭，對於當地業者的經營上更加困難，英語文學類作品近期已逐漸受到國外業者重視，但在歐美業者較感興趣的長篇小說部分，當地較缺乏該類型創作作品；華語文學部分，近年海外版權售出情況佳 (仍以中國大陸為主)，但仍有部分作家會直接與海外出版業者

(如香港、臺灣)合作，出版其作品；馬來語文學部分，由於新幣的匯率高於馬幣，使得當地馬來語文學作品競爭力較低，出口更為困難，加上新加坡大型實體書店多不願展示馬來語作品，因此當地馬來文作家多選擇直接在馬來西亞出版作品，藉以提高作品能見度。

據新加坡國家藝術理事會於 4 月公布，2015 年新加坡民眾閱讀與寫作調查報告中，44% 民眾在過去一年內，至少讀過一本文學書；32% 民眾在一年內至少買一本文學書。因此新加坡出版協會未來將推動當地出版業者國際化，建立亞洲平台；並透過推廣本土文學，讓新加坡成為出版業的國際交流中心。

智慧財產權部分，近期新加坡流行音樂的紀錄片《我們唱著的歌》上映，主要講述版權對於原創音樂的重要性。在新加坡智慧財產權保護範圍極廣(如專利、商標、版權.....等)，針對各項法規皆有詳細規定。以版權法為例，主要保護範圍含小說、劇本、樂譜與繪畫作品，據該法規規定，只要該創作者、作者為新加坡公民、居民，其作品首次在新加坡出版均可獲得版權。隨著相關服務需求增加，新加坡政府推出相關註冊平台，讓企業與創作者可在同一平台辦理註冊，藉此強化相關保護措施。

表演藝術部分，自 1980 年代新加坡歌台文化崛起後，許多傳統表演藝術活動失去演出機會，以華人傳統木偶戲為例，由於會說方言的人才越來越少，增加傳承的難度，使得發展情況每況愈下。為面對此發展困境，新加坡政府推出相關政策，提升民眾對傳統藝術的了解，如 2014 年新加坡華樂團推出「阿德下南洋系列之街戲風情」介紹木偶戲；2015 年新加坡國家博物館舉辦相關木偶講座。當地表演團隊亦透過跨界合作，將木偶、傳統戲曲結合現代音樂劇因素，讓傳統表演藝術能讓更多民眾所了解。

視覺藝術部分，據新加坡 2015 文化統計 (Singapore Cultural Statistics 2015) 資料，視覺藝術產業產值 2013 年為 5.29 億美元，整體市場成長快速，但近期部份商業型藝術博物館、畫廊及博覽會退出新加坡藝術市場，顯示當地觀眾的藝術與文化無法趕上，仍需時間進行開發，因此如新加坡國立美術館，提供民眾免費欣賞，打造藝術氛圍，培養觀眾。

表 5-6 新加坡文化產業情勢動態(04/21~06/20)

標題	來源	日期
新加坡國家美術館「重構現代主義」	網易新聞	2016/4/24
Why an arts degree is also valuable	asiaone	2016/4/27
綜述：新加坡重視智慧財產權保護	新華網	2016/4/28
4 Reasons Why You Must Go To Singapore's Heritage Festival 2016	YAHOO! Finance	2016/4/29
Never too young to start on the arts	The Strait Times	2016/5/3
Singaporeana remixed	The Business Times	2016/5/6
Growing pains for Singapore art market	Lifestyle	2016/5/10
ZOO appointed to handle creative for Singapore Media Awards	mUmBRELLA	2016/5/13
Glasgow School of Art to establish creative campus in Highlands as	heraldscotland	2016/5/13

標題	來源	日期
part of expansion		
俄羅斯文化中心兩年後有望落成	聯合早報網	2016/5/19
參與米蘭設計周新加坡設計師：沒特色即特色	聯合早報網	2016/5/20
「222+51」綜合藝術中心公教舊校舍有新任務	聯合早報網	2016/5/22
新加坡一個隱秘的藝術中心，帶你去看！	南洋視界	2016/5/23
Design collective Keepers finds home at National Design Centre	Lifestyle	2016/5/26
Building Singapore's creative industry	today	2016/5/26
PM Lee lauds photographer's aerial pictures	The Strait Times	2016/5/30
新加坡文化部長：華文媒體肩負打造文化產業重任	中國新聞網	2016/5/30
2016 新加坡·中國山東文化年在新加坡文化中心開幕	新華網	2016/5/31
Singapore artist to show in Art Basel Unlimited	The Strait Times	2016/5/31
Artist goes 'mad' to get creative	The Strait Times	2016/5/31
Arts, culture boost from fashion brands	The Strait Times	2016/6/2
新加坡華人傳統木偶戲從輝煌到沒落再到重振	北京新浪網	2016/6/6
Exploring heirlooms of the Singapore-Javanese community	Channel NewsAsia	2016/6/10
關於新加坡出版，我們到底瞭解多少	必勝網	2016/6/12
四種語文文學出版業者談本地文學出口與出路	聯合早報網	2016/6/14
Meet The Future of Singapore Arts & Design - NAFA's Best Of Best Show 2016	vulcan post	2016/6/15
National Gallery Singapore receives millionth visitor	today	2016/6/18
《百年巨匠——吳冠中》在新加坡國家美術館開機	新華網	2016/6/19