

107 年第 2 期(4 月號)

文化 產業

雙月報

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 / 財團法人台灣經濟研究院

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.....	7
一、印度電影產業概況	7
二、2013-2016 年英國劇場銷售概況	11
三、博物館之館藏內容共享-美國 Met Met 計畫	15
第貳部分、市場觀點.....	18
一、【電影】數據運用於電影的實務與挑戰：專訪資深電影人 - 黃郁茹	18
二、【表演藝術】藝術節慶品牌經營之規劃策略：專訪大稻埕戲苑葉玫汝助理研 究員.....	21
三、【文化資產應用及展演設施】社區文化資產應用案例：鳳林鎮北林三村社區 發展協會理事長李美玲	23
第參部分、專家論壇.....	25
高教深耕與地方創生：一個理論老師的經驗談 / 陳婷玉副教授	25
第肆部分、國家專題.....	29
中國大陸文化和旅遊部成立.....	29
第伍部分、重要國家文化產業情勢動態	33
一、日本	33
二、韓國	35
三、中國大陸.....	39
四、英國	45
五、美國	49
六、新加坡.....	52

表目錄

表 5-1	日本文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	34
表 5-2	韓國文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	37
表 5-3	中國大陸文化產業情勢動態(02/21 ~ 04/20)	41
表 5-4	英國文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	46
表 5-5	美國文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	50
表 5-6	新加坡文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	53

圖目錄

圖 1-1	印度電影產業收入表現.....	7
圖 1-2	2016 年印度電影產業收入結構	8
圖 1-3	2013 年-2016 年英國劇場票房收入表現.....	11
圖 1-4	2016 年英國劇場各類型節目之票房收入.....	12
圖 1-5	BigQuery 資料存儲示意圖-藝術品類型.....	15
圖 1-6	BigQuery 資料存儲示意圖-原料類型	16
圖 4-1	中國大陸政府文化傳媒相關部委組織改造概況	30

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臺」。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。

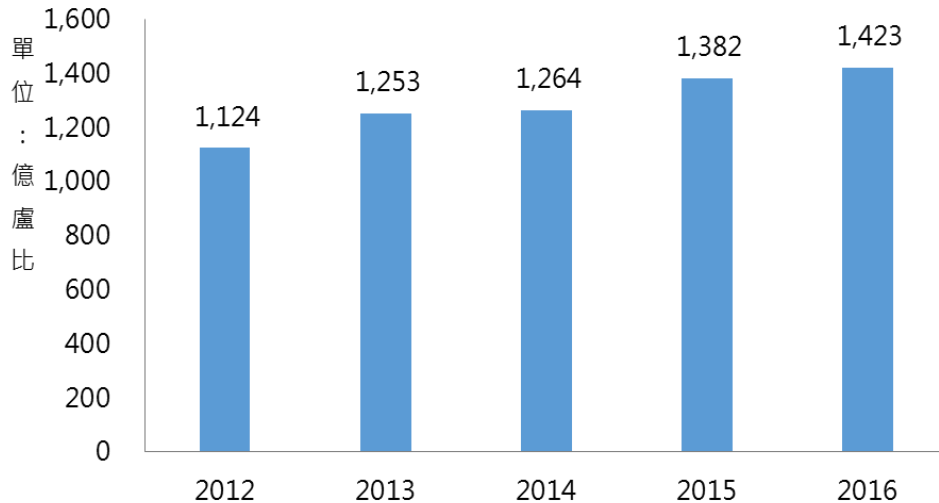
第壹部分、文化產業國內外市場動態之專題分析

一、印度電影產業概況

印度受惠於人口數眾多，且每年國產電影製作數量多，平均每年產製 1,500~2,000 部國片，為目前全球第四大的電影市場，然人均電影銀幕數明顯低於美國、中國大陸及日本。而印度工商聯合會 (FICCI) 與印度 KPMG 聯合發布《2017 年印度媒體和娛樂產業報告》(Indian Media and Entertainment Industry Report 2017) 主要介紹印度各媒體與娛樂產業的發展概況，因此本篇將透過該報告聚焦了解目前印度電影產業與市場的發展與趨勢及面臨課題。

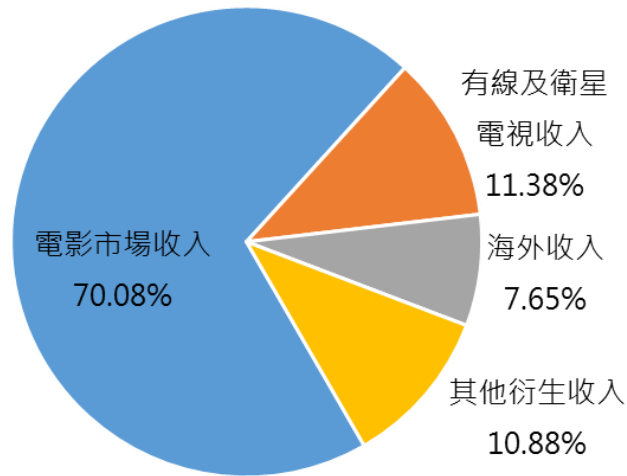
(一) 電影產業概況

2016 年印度電影產業營收達 1,423 億盧比 (約新台幣 632 億元)，較上一年度增加 3%，主要是因電影海外票房收入與其他衍生收入大幅增加，而國內電影票房與有線及衛星電視 (C&S) 則為產業的主要收入來源，約占總收入七成以上，不過該項目 2016 年收入均較上一年度些微減少。



資料來源：Indian Media and Entertainment Industry Report 2017

圖 1-1 印度電影產業收入表現



資料來源：Indian Media and Entertainment Industry Report 2017

圖 1-2 2016 年印度電影產業收入結構

● 電影市場票房收入

近年國外電影於印度電影市場表現持續亮眼，票房市占率也穩定成長，不過多是以配音版電影的票房增加較為明顯。2016 年共有 225 部印度國產電影上映，TOP50 國片的票房市占率達 96% 左右。然自 2014 年以來，市占率卻呈逐年下降的趨勢，且僅 7 部票房收入超過 10 億盧比 (約新台幣 4.4 億元)。近年雖部分印度國產電影獲得觀眾的喜愛，海內外票房表現亮眼，然整體印度國產電影的票房收入仍較前一年度減少，且獲利能力也逐年下滑，顯示當地觀眾對於選擇觀看的電影片更為謹慎。

● 有線及衛星電視收入

長久以來，印度電視業者多會投資、預先購買電影版權，使有線及衛星電視 (C&S) 的版權收入為印度電影產業的重要營收來源之一。不過由於部分電影的票房表現不如預期，進而影響電視台收入變現環節。因此近期當地電視業者在購買電影版權時，除原先版權收入外，提供電影業者超過特定電影票房收入的額外激勵收入，以降低電視台所承受的風險。

● 海外收入

目前印度國產電影在海外市場的票房表現，仍以高預算、大卡司的電影表現較為亮眼，不過也有越來越多小製作規模、內容優質的電影在海外市場獲得不錯的佳績。主要的海外市場以美國、中東及英國為主要的收入來源，而如澳洲、紐西蘭與東南亞則為新興收入來源國家。而隨著印度電影於各地電影市場的票房表現越加亮眼之下，使得海外收入占整體產業營收比例逐年提升，2016 年約占印度電影產業營收 8%。

● 其他衍生收入

其他衍生收入包含數位平台版權收入、廣告收入、音樂版權收入等，近兩年受惠於OTT平台對影音內容的需求增加，使得電影於數位平台的版權價格急速上升，因而帶動其他衍生收入大幅成長。另外，隨印度當地電影院的銀幕數位化程度提升，而帶動電影院廣告數量與收入逐年上升。

(二) 電影產業課題

● 外在因素 (如廢鈔、商品服務稅、智慧財產權保護) 影響

目前印度當地仍以現金支付為主要付款方式，不過 2016 年當地政府針對主要流通的貨幣面額施行廢鈔政策，對各產業皆有不同程度的影響。以電影產業而言，映演業者所受到影響較為顯著。由於消費者選擇觀看電影院多以數位銀幕為主，然二線城市電影院銀幕數位化速度相對較慢，加上消費者仍習慣採取現金付款，因此在施行初期，影響民眾消費意願，使得電影院銷售不佳、營收下降。不過隨著政策的執行，業者透過提供具吸引力的優惠折扣來因應，鼓勵民眾轉為數位付款的方式，以提升票房銷售。在製作業部分，由於部分地區的電影製作業者多為中小型業者 (如南印度)，交易多以現金方式進行，而在缺乏現今的情況之下，使得部分製作項目多停滯製作時程。另外，部分製作規模較小的電影則擔心影響到票房表現，因而推遲電影的發行時間，以降低損失。

另外，由於印度民眾習慣免費觀看影音內容，且當地信用卡普及率相對較低，使得盜版問題嚴重。根據 Havoscope 研究數據顯示，受到盜版導致印度電影產業損失近 10 億美元。因此當地政府於 2016 年 5 月通過國家智慧財產權政策 (National IPR Policy)，主要是希望能提高公眾對於各層面的智慧財產權的認識，並透過法律框架，訂定有效的智慧財產權保護機制。

最後，商品服務稅 (Goods and Service Tax, GST) 已於 2017 年 7 月 1 日正式施行，主要將對電影製作業與映演業有所影響。以往業者需依各區域規定繳交 21%-22% 左右的娛樂稅，而在訂定統一的商品服務稅之後，除電影票價高於 100 盧比者需繳 28% 左右的稅率外，其餘業者的稅率則為 18%。而此部分除將帶動電影票價的提升之外，也將影響到業者的營收、獲利。

● 缺乏公正、完善票房統計系統

目前印度電影市場尚未有一個能被業者認同、接受的票房統計系統，主要仍是仰賴發行商與電影院業者的自行統計數據做為基礎。然而，為幫助製作業者與發行商了解消費者偏好以及檔期安排等，自 2015 年起部分電影院業者，各自與第三方票房統計機構合作，回報相關電影票房數據，以提升印度電影市場的票房透明度與準確性。

(三) 電影產業趨勢

● 國際 OTT 平台投入印度市場

隨著印度當地 4G 服務擴展、使用成本降低、上網人數持續攀升之下，Netflix 與 Amazon Prime 分別皆在 2016 年進入印度市場，不過目前印度 OTT 平台仍以免費模式為主，僅少數平台為付費形式。而兩個平台在營運模式選擇上，雖皆是採取付費形式，但仍有所差異，Netflix 以月付無廣告形式為主；Amazon Prime 則是推出低價的年付無廣告方式。

另一方面，近期兩平台也積極與當地業者合作，擴展內容庫的豐富性。Amazon Prime 與 Karan Johar、Dharma Productions ... 等電影製作、發行公司合作，除購買以往與即將上映的電影版權外，並預計將投入 200 億盧比製作在地原創內容。Netflix 則是引進如 Eros Now、Vodafone India 與 Reliance Jio 等業者的影音內容之外，也與當地重要電影業者 Red Chillies Entertainment 合作，獲得電影版權授權，並且合作開發影視作品，將印度內容散播到全球各地。

● 跨國合作帶動在地觀光效益

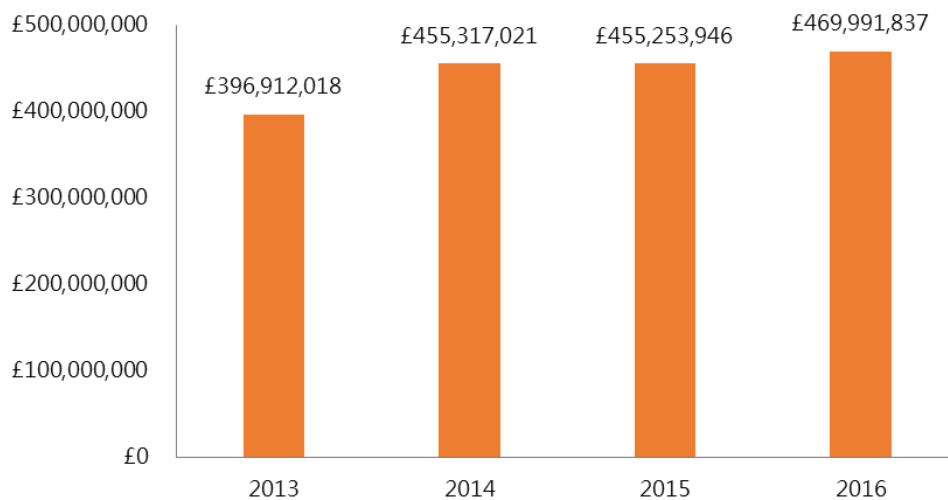
印度資訊與傳播部 (Ministry of Information and Broadcasting, I&B) 為推廣當地旅遊產業，思考透過電影、廣告等方式推動在地景點的觀光效益，因此於 2016 年成立電影促進辦公室 (FFO)，透過單一窗口簡化機制，協助各國業者在當地拍攝的需求，以提升至印度拍攝的意願。透過電影將當地景點融入之中，將有助於提升國際觀光客對於印度的好奇心，進而帶動旅遊產業的提升。

二、2013-2016 年英國劇場銷售概況

英國劇場協會 (UK Theatre) 自 2013 年起，每周提供會員該國劇場節目的銷售數據，讓業者更即時的了解銷售狀況及目前市場的消費傾向。另外，也不定期的公布特定年度整體英國劇場的銷售情形。而該協會首次於 2017 年 11 月公布 2013 年至 2016 年四年度的英國劇場銷售報告《Sales Data Report 2013-2016》，主要包含各類型節目與場館的售票收入與節目製作數量、票價等重要觀察指標。不過該報告主要依據各會員所提供的數據進行統計，雖會員以涵蓋大多數英國表演藝術活動，但仍無法收錄到 100% 的票房資訊，且每年度所收錄的範圍仍有些許差異，因此在解讀上仍須留意。本篇將依據該報告闡述 2013-2016 年英國劇場發展概況。

(一) 2013-2016 年英國劇場票房表現

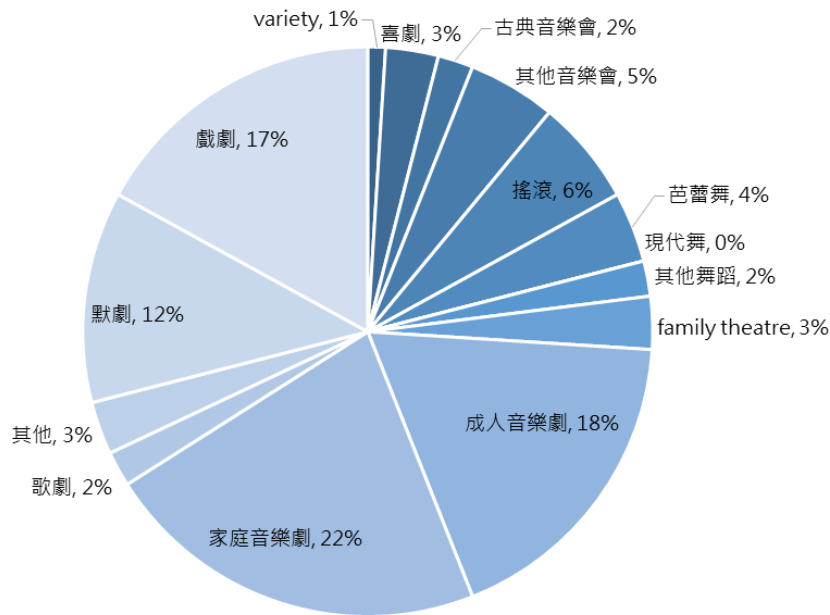
根據英國劇院 (UK Theatre) 公布 2013-2016 年銷售報告《Sales Data Report 2013-2016》，自 2013 年至 2016 年間英國劇院的票房收入成長 18%。2016 年各類型節目票房收入表現，以家庭音樂劇、成人音樂劇、戲劇、默劇及搖滾音樂會等占比較多，共總票房收入的 74%。



資料來源：UK Theatre (2017). *Sales Data Report 2013-2016*.

圖 1-3 2013 年-2016 年英國劇場票房收入表現

綜觀各類型節目近四年票房收入，以音樂劇相關節目收入最高，2013-2016 年間票房收入提升了 21%。其次是戲劇節目，約為 8,000 萬英鎊，近四年間成長 5%。而票房收入的成長率，以音樂會與 Family Theatre 增加最多，分別為 47% 與 42%。不過在近兩年的票房表現上，僅戲劇、音樂會與 Family Theatre 是成長的，其他節目類型的票房皆呈下滑情形。



資料來源：UK Theatre (2017) . *Sales Data Report 2013-2016*.

圖 1-4 2016 年英國劇場各類型節目之票房收入

後續將針對 2013-2016 年英國劇場的主要演出類型節目與場館之銷售情形加以說明。

(二) 2013-2016 年主要類型節目概況

● 成人音樂劇

節目製作情形，雖然 2016 年主要大型劇場與音樂廳的製作數量增加，但因創作於 500-100 席劇場演出規模的節目數量減少近三分之一，導致整體製作數量為自 2013 年以來首度衰退。節目演出部分，2016 年成人音樂劇演出數量減少 10.31%，其中占整體成人音樂劇演出量 61% 的 1,000 席以上劇場於 2016 年有明顯減少。

另外，門票銷售數量自 2013 年起呈現逐年下滑態勢，不過票房收入僅於 2014 年出現衰退，其餘年度均為上漲，此部分與節目票價上升 10% 有關。節目票價部分，各規模場館的票價有較大差異，如 1,000 席以上劇場的票價可達 31 英鎊；小型場館最低票價約為 10 英鎊。

● 家庭音樂劇

自 2013 年起家庭音樂劇節目的製作數量增加了 50%，且以 500-1,000 席劇場的製作規模占多數。而節目票房銷售情形，除 2015 年呈下降之外，其餘年度皆為上升，其中又以 2014 年節目票房表現強勁。整體來說，占家庭音樂劇節目 82% 收入來源的 1,000 席以上劇場的門票銷售大幅提升，因而帶動整體節目票房銷售數量成長了三分之一。

另一方面，在節目票價上，2016 年平均票價較上一年度下降 5%，但仍是各類型節目中票價最高的。不過在家庭音樂劇的主要演出場域之門票價格皆較 2015 年上升，如 1,000 席以上劇場的票價已超過 38 英鎊。

● 默劇

自 2013 年起，英國劇院每年製作默劇節目的數量約在 150 部左右，而 1,000 席以上劇場的節目規模約占三分之一左右。不過整體節目演出數量卻有所下降，主因為 1,000 席以上劇場及 500-1,000 席劇場等主要演出場域的演出數量減少有關。

而節目銷售情形，在經歷 2014 年與 2015 年兩年度的成長之後，默劇節目在 2016 年則因主要演出場館的銷售表現不佳，使整體票房銷售回落至 2013 年水平。整體來說，2016 年節目銷售數量較 2013 年成長 2%，收入增加 17%。節目票價部分，2016 年各規模場館均將默劇節目的票價上調至 20 英鎊以上，使得整體票價上漲了 15%。

● 戲劇

整體來說，近四年英國戲劇節目的製作數量除 2015 年為下滑之外，其餘年度製作數量皆為增加，且年製作量都超過 1,500 部，2016 年則較上一年度增加 2.92%。而雖然製作數量有所增加，不過演出數量減少幅度更為明顯。

票房表現上，2016 年雖然大型劇院的門票銷售增加超過 110 萬張，但由於 1,000 席以上劇場的票房銷售大幅衰退，因而使得 2016 年整體票房表現較 2015 年下滑，減少至 50 萬人次。節目票價部分，平均上漲了 9%，且各規模場館的票價皆為上漲，以大型劇場為例，2016 年票價已超過 25 英鎊。

(三) 2013-2016 年各類型場館票房表現

● 主要大型劇場

英國主要大型場館的製作類型以戲劇節目為主，約占三分之一，且演出數量也占了 50% 以上。票房銷售表現，2016 年較上一年度上升 5.65%，超過 200 萬張以上，且除成人音樂劇以外，其餘類型節目的門票銷售亦均為增加。另外，節目票價則是逐年上漲至平均票價 24.67 英鎊，其中以家庭音樂劇的票價最高。而綜觀近四年各類型節目的票價變化，除 Family Theatre 之外，其他類型的票價均有所增加。

● 1,000 席以上劇場

在製作節目類型上，以音樂類型的節目製作數量成長較為明顯，特別是家庭音樂劇部分。另外，戲劇節目製作數量則是於 2015 年創新高後，2016 年有所減少。節目演出情形，2016 年以家庭音樂劇、成人音樂劇、默劇及戲劇等類型之節目較多，約占總演出量 65%。不過除家庭音樂劇之外，其餘類型在 2016 年演出數量均較 2015 年減少，又以戲劇節目下降最多。

而節目銷售表現，以家庭音樂劇、成人音樂劇、默劇、戲劇及芭蕾舞等節目為主要的收入來源，約占該場域票房收入的 79%。然近四年默劇節目的銷售情形呈現緩步下滑的情形。整體而言，2013 年至 2016 年 1,000 席以上劇場的票房收入成長 11%，主要是因近四年節目票價提高 12.04%，而帶動票房收入提升。

● 音樂廳

節目製作部分，近四年除 2015 年總製作數量下滑之外，其餘年度製作數量皆為增加，其中古典音樂會的製作數量增加，但喜劇、其他音樂會等數量有所減少。節目演出部分，以其他音樂及搖滾樂音樂的比例較高，各占總演出量 19%與 14%。而 2016 年默劇、其他音樂的演出數量增加，喜劇節目則有明顯減少，總演出數量下降 2%。

綜觀 2013 年至 2016 年音樂廳節目的銷售表現，票房收入成長 31%，其中主要收入來源為搖滾音樂、其他音樂、喜劇、古典音樂及默劇等節目。另外，自 2013 年起默劇節目收入增加超過三分之一。另外，節目票價部分，四年間平均票價上漲 17%，且各類型節目均較上一年度增加。2016 年芭蕾舞票價最高，約為 33.05 英鎊；Family Theatre 則是各類型節目中票價最低的，約 14.19 英鎊。

● 500-1,000 席劇場

節目製作部分，近四年間除 2016 年較上一年度減少 5.44%之外，其餘年度的製作數量皆為成長。2016 年各類型節目製作表現，除家庭音樂劇之外，其餘類型節目的製作數量皆較 2015 年下滑。節目演出情形，戲劇節目為 500-1,000 席劇場的主要演出類型，但其自 2014 年以來連三年下滑，演出數量減少近四分之一。

銷售表現，戲劇、默劇與成人音樂劇節目為 500-1,000 席劇場的主要收入來源，但在 2016 年門票銷售數量均較 2015 年減少。而搖滾音樂於近四年間的票房銷售呈現逐年成長。

(四) 結語

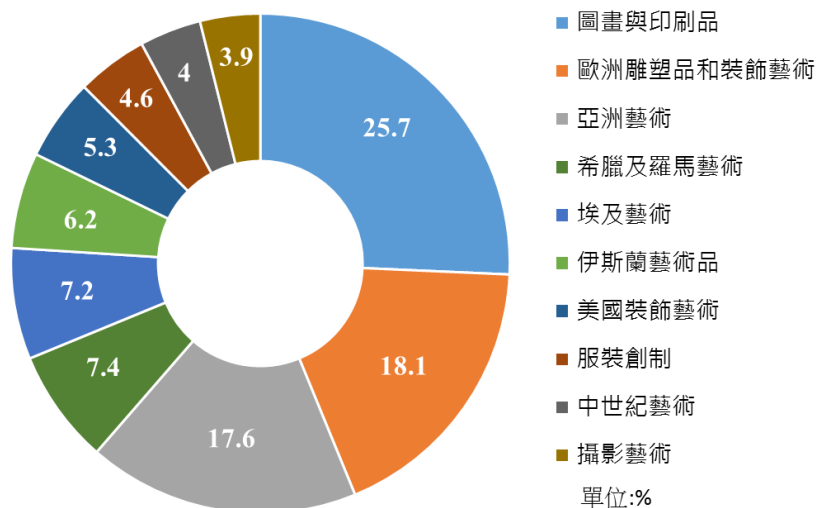
整體來說，該報告為英國劇場協會首次公布英國劇場四年度銷售數據，讓一般大眾能更了解目前英國表演藝術市場的發展與民眾偏好的節目內容。而我國近期國內表演藝術產業代表性的售票系統-兩廳院售票系統也首次公布該系統《2014-16 兩廳院售票系統購票客群暨消費行為報告》，有效地讓藝文團體與社會大眾了解目前產業、市場的發展樣貌，也有助於團體在節目行銷資源的應用與操作。不過目前在節目類型上主要劃分為五大類型，未來或可細分節目類型或場館規模等進行探討，作為藝文團體在創作、演出場域的參考依據。

三、博物館之館藏內容共享-美國 Met Met 計畫

美英國家的博物館近年積極結合數位科技，打造新的行動博物館概念，跳脫空間枷鎖，將館內資源重複利用，賦予館藏新生命。例如英國利物浦國家博物館 (National Museums Liverpool) 於 2012 年開始推行的「回憶之屋」 (House of Memories) 計畫，透過「回憶旅行箱」的租借，讓認知障礙患者打包館內歷史物件，喚醒個人記憶與想像，此例亦為行動博物館的經典應用。而無獨有偶，北美最大的百科類藝術博物館不僅消除空間限制，亦突破內容索取阻礙，邀請全球各地共享館內資源，並希冀其他公私藝術機構沿襲其概念，善盡數位化所賦予的藝術共享世代。為推動藝術藏品的利用率及擴散力，本篇將針對美國大都會博物館的「Met Met」計畫加以說明。

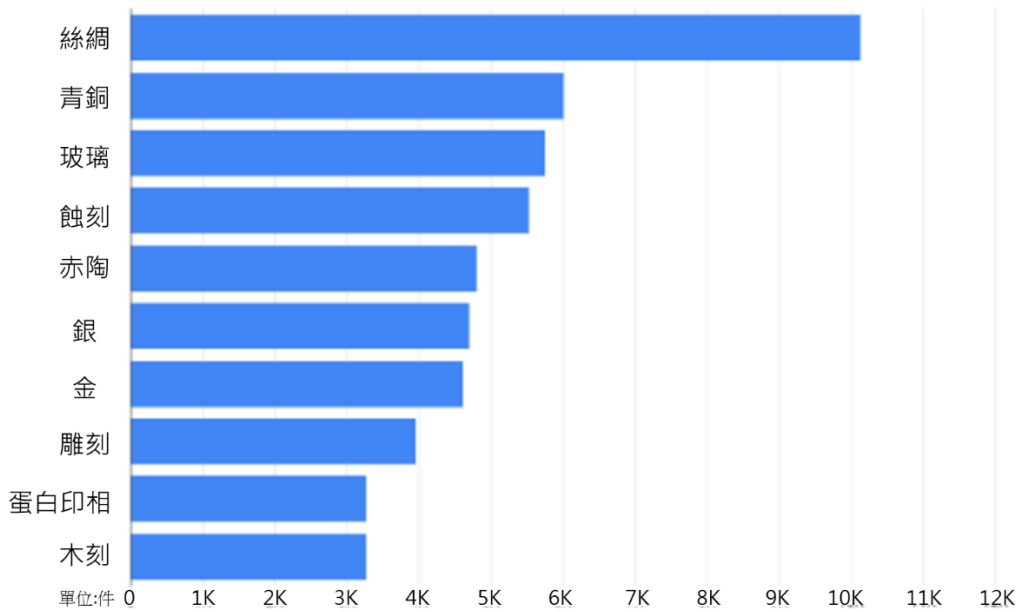
(一) Met Met 計畫背景與理念

位於美國紐約市的大都會博物館 (The Metropolitan Museum of Art，簡稱 The Met) 為世界三大博物館之一，館藏橫跨古今中外，為世界樂器、服裝、武器及藝術品的大總匯。其在 2017 年 2 月通過一項新政策「Met Met Open Access」 (簡稱 Met Met)，源自 The Met 2014 年所開放的近用學術內容 (OASC) 計畫，助於學術與商業用途，並滿足 21 世紀的觀眾需求。此計畫的合作夥伴正是開放存取與版權領域的國際先驅 Creative Commons (知識共享組織)，為 The Met 收藏逾 37 萬幅的公領域作品提供 CCO (Creative Commons Zero) 平台，經過數據化的編目，提供大數據關鍵字搜索依據，以利民眾免費使用、分享以及混合重建。另 The Met 將公開數據串流至 Google 的全方位管理低成本資料倉儲系統，BigQuery 平台，縮短大眾索取館藏資訊之途徑。



資料來源：Google Cloud Platform (2017), *when art meets big data*

圖 1-5 BigQuery 資料存儲示意圖-藝術品類型



資料來源：

Google Cloud Platform (2017), *when art meets big data*

圖 1-6 BigQuery 資料存儲示意圖-原料類型

The Met 共享館藏的概念來自於激發並連結人們想法與創造力的使命，館藏不該僅屬於到訪博物館的六百七十萬人，更因涵蓋互聯網上來自世界各地的文化人士。正如 Creative Commons 之創立宗旨，人人皆享有獲取知識的權利且歷來產生的偉大作品係屬大眾享有，希望激盪後能延續並擴展藝文效益。The Met 與 Creative Commons 的合作關係提高館藏的可搜索性，同時將館藏的影響力擴及社區，並以嶄新的形式參與藝術。對博物館感興趣的民眾不需親訪博物館，無論在 The Met 官網或館外平台即可輕易觸及館藏，除平面圖畫掃描檔外，亦有 3D 藝品攝影重現，另物件得以 360 度翻轉呈現，附含作品名稱、藝術家、尺寸、出土/創作日期等關鍵訊息，顯示眾人皆可突破著作權的侷限，自由利用古今藝術品的數位分身。

(二) 合作對象與應用

The Met 的合作夥伴擴及全球各地，除 Creative Commons 外，亦與維基媒體基金會以及社區成員合作，建立 GLAM WikiProject，於維基媒體平台上提供公開圖像與數據，並透過遠端編輯實踐紐約當地社區的重點藝術創作。The Met 的開放存取圖像與數據適用於商業或非商業用途，包括藝術家、設計師、企業以及學者等皆可從五千年前的藝術品中尋獲靈感；另一方面，博物館得以受用戶群啟發，從創新中學習。其它合作對象包括 Artstor、美國數位公共圖書館 (DPLA) 以及 Pinterest 等組織，此種模式有利於大都會博物館擴增收藏來源，如透過公開圖像及資料應用等方式，重新利用既有的館藏內容。

此計畫推出以來，The Met 典藏作品的設計概念被應用在許多領域，誠如 Matthew Miller 所創建的 Public Domain Cut-up Twitter Bot 即是混合拼接 The Met 與紐約公共圖書館的開放圖像所生成的數位藝術作品案例。歐洲數位圖書館的新藝術風格來自於

Louis Comfort Tiffany 為 The Met 製作的彩色玻璃窗；另外，Tiffany 窗口圖像自二月份發佈於展覽網頁以來，流覽次數已逾五百次，而原數據已被翻譯成六種語言，顯示 The Met 之公開內容使用率相當可觀。

除此之外，The Met 館藏內容禁閉的消除，亦讓教育跳脫既有框架，不再侷限於傳統教室與學術出版品，The Met 將與 ITHAKA-Artstor 等非營利藝術互動影像資料庫展開合作關係，提供支持全球教育界的數位資源，鼓勵藝文復興之研究與教學，透過在線課程與圖像數據的再利用使學生重新思考藝術價值。惟有些作品仍未能在公領域被使用，如作品版權狀態不明；該作品為 The Met 以外之人士或機構持有；捐贈人或貸方限制或是缺乏品質的數位影像。然 The Met 正持續著力於多方藝術資源的合作，突破多數作品與圖像的授權限制，俾使 The Met 所提供的數位內容更加完善。大都會藝術博物館的新計畫讓場館成功走出空間枷鎖，成為全球數百萬人的百科全書，提供相關單位在數據蒐集與開放方式的新突破，亦證實了現今博物館已然進入數位化時代。

（三）小結

事實上，The Met 並非為公開館藏的先例，誠如華盛頓的美國國家圖書館以及荷蘭阿姆斯特丹國家圖書館皆已開放部分館藏鼓勵民眾加以利用並延伸創作，而美國現代藝術博物館 (MoMA) 也於 2016 年開始在線提供館內資源下載。不過 The Met 之所以能為館藏共享設立里程碑，在於其開放的作品數遠超過其他博物館，且能與其他網站合作，將公開資源嵌入大眾到訪更為頻繁的社群網站。

惟 The Met 將藏品數位化公開，存在被認定為逆潮流藝術機構之風險，些許版權捍衛者為藝術家權益喊冤，然即便 The Met 未透露自身放棄了多少經濟利益，在未開放圖像版權之前，僅管其為非營利機構，給予作者的版權費卻是同行的十倍以上，可見 The Met 並非不擁護館藏品或作者，而是樂於和廣大用戶分享幾千年來的藝術財富。

我國博物館打破場域枷鎖已行之有年，近日故宮博物院積極貫徹博物館公共化理念，提供 open data 專區讓民眾免費下載使用文物圖像並帶動文物出遊等教育推廣，表示藝術品共享理念已逐步於我國深耕。惟我國博物館合作網絡仍以串連同業舉辦聯合策展居多，或可以大都會博物館為借鏡，善用數位趨勢與其他線上平台合作，藉在線館藏共享深化我國博物館質量。

第貳部分、市場觀點

一、【電影】數據運用於電影的實務與挑戰：專訪資深電影人 - 黃郁茹

近年影視文化圈興起一股大數據熱潮，但如何落實應用於臺灣電影產業，各界仍持續摸索當中。在北京工作的資深電影人黃郁茹（以下稱 Yvonne）出身電影行銷，專長在於數據跟產業之間的關係，包括前端的問題是什麼，以及數據整理出來要怎麼分析。因此，本期與工研院「大數據研析及轉譯輔導」研究團隊一同邀請 Yvonne 來分享電影實務上的數據應用，以及探討數據應用之現況及挑戰。

（一）創作端運用大數據的可能性

兩岸的電影業皆是由創作端主導，市場端的意見在全流程中容易被輕忽，如果有客觀的工具可以輔助，能幫助創作者清晰地瞭解觀眾的需求和聲音。數據在影視產業的發展相當晚，2014 年 Yvonne 花了一段時間跟各家數據公司、數據工作者交流，摸索數據在影視產業的角色，2016 年在樂視工作的期間則梳理出比較成熟的體系。

數據運用在市場端比較成熟，但其實全流程（研發→創作→投資→製作→宣傳→發行→放映）都可以用。Yvonne 解釋，數據是有刺激才有反應，「宣傳、發行、放映」階段已有素材投放至市場，所以可利用媒體大數據觀測反應。但若還在「研發、創作、製作」階段，觀眾在公開媒介看不到刺激物，自然不會有反應，更不會有「大」數據，當然沒辦法協助創作。

大數據在「研發」階段可以找出類型的趨勢變化，判斷什麼題材在明後年有機會。不過，如何預測仍取決於人，今年熱的議題明年是否還會繼續？或是不熱的明年才會熱？這是個別判斷的差異。在「研發」跟「創作」階段，Yvonne 建議用小數據進行研究，藉由傳統調研瞭解用戶是誰、對什麼感 / 不感興趣，藉此推算規模有多大、可以投入多高成本等。而大數據工具雖無法進行市場端的概念測試，但可以協助編劇更有效率地進行創作端的田野調查。

影視工作者要釐清數據的邊界，數據分析能提供的是「誰對這個題材感興趣」、「這群人的餅有多大」、「感興趣的關鍵點為何」，如何運用劇作技巧納入這些元素、打動客群，則是編劇的功力。大數據難以在創作上提供直接的幫助，因為創作要回歸自身的故事演繹，但創作者也不該看輕數據能力與訊息。

（二）大數據與小數據對電影的適用性與操作經驗

Yvonne 清楚說明，數據就是數據，小量的就是小數據，大量的就是大數據，即便是用電腦處理，量很少就還是小數據。大數據運用在影視創作階段非常困難，小數據簡單多了，就是傳統調查研究。

Yvonne 表示自己比較相信小數據，畢竟創作階段沒有素材投放到市場上，自然無法取得「大量」數據。罐裝咖啡在商品上架後，市場反應不好可以微調口味、換包裝或調整行銷策略。但電影不可能把劇本上架到影城，上映後觀眾不喜歡女主角也無法再換角。這套方法論其實不新奇，消費品產業早已成熟使用，只是大部分影視工作者觀念仍將電影視為「作品」而非「產品」。而電影除了商業性還有藝術性，數據可以解決商業性的問題，藝術性還是得靠創作者。因此不要過度神話數據或是看輕數據，應該要認清數據扮演的角色，以及該怎麼使用它。

Yvonne 認為院線電影都值得做全流程的運營，然而，電影從概念到劇本、現場製作再到後期，是一層層累加的結果，過程的每一層都會變化，因此大部份的人不相信在前面階段所測的結果，預算有限自然不願意花錢。這在臺灣或中國大陸都一樣，金額和幣值也許不同，但在整體預算的結構占比一樣小。即便知道前端階段到最終成品不同，Yvonne 也願意花錢測試市場，因為觀念上只是把後面要花的錢拿到前面花。

Yvonne 進一步分享實務經驗。操作體系的第一步是規模布局，假設一間大公司明年有十部片，配額應該怎麼分配？這可以用過往十年的類型跟票房來整理。現在可運用大數據的公司都是用來布局，大型投資公司判斷獲利風險，視頻網站用於採購、選片，多廳影院也許可用在排片。重點是：不斷掌握用戶消費的行為軌跡。

聚焦到內容，可以先做概念測試，把所有的概念濃縮在海報視覺圖像和故事梗概來進行。下一階段應該拿故事板測試，但考量預算跟效果，目前沒有找到最好的方式。如果是 IP 電影，已有足夠的市場數據可在前期分析；若非 IP 電影，可以用介質（即以同類型電影作為「替代我」）去了解市場。再來便是半成品，試映會取得的小數據可供創作方修改，亦有助於廣告投放，在中國大陸也會做口碑操作和預測。

下一步是行銷宣傳階段，即運用最廣泛的階段，會混合使用大、小數據。此階段有個消費漏斗：「認知、興趣、首選」。首先界定，如果要做票房破億的影片，認知、興趣、首選分別要達到電影消費人群的多少占比，才有可能達到目標。再來是認知、興趣、首選的預算分配，比方認知度已經達到期望，就不要再往這裡花錢，興趣度不會因此提升。當整體數字上不來，則去細看群眾差異，如果是大片，可以強化對特定族群的宣傳。

中國大陸有百度指數、微博指數、微信指數，Yvonne 也有配合的供應商會持續調查，看映前四週消費者在「認知」、「興趣」、「首選」之間的關係，並對照票房來調整每週策略。這跟選舉民調非常相似，選前不斷進行民意調查，瞭解民眾關心的議題，性別、年齡、城市的支持度，選戰的資源分配、議題怎麼打、基本盤為何...等。而阿里、貓眼這些掌握大量電影用戶的票務網站，可以快速掌握消費樣貌並進行檢討，他們在試映會環節的做法是以大數據作為樣本庫，手段仍是傳統調查研究。

（三）產業化與數據應用的關聯性

Yvonne 會從傳統電影跨足數據工作，主要原因是看到產業化的可能。舉例，以前是在最好的咖啡店工作，裡面有了不起的師傅，所煮的每一杯咖啡都很有溫度，但都一定要這位師傅煮。如果想開星巴克呢？市面上沒有十位一樣的師傅，因此唯有把經驗變成

一套體系，才可能把一間街角生意非常好的咖啡店開遍世界。星巴克和街角咖啡店各自扮演不同的角色，但如果星巴克的創辦人離世，店仍能繼續存在，而街角咖啡店的師傅辭世，店就失傳了。

無論臺灣或是中國大陸，電影都還不算是產業。一旦像好萊塢一樣成為產業，多元化便會發生，有商業大片負責賺錢，自然可以容許藝術片賠錢。唯有成為產業，環境才會健康，要成為產業就必須規模化，要規模化就需要有一些工具輔助。的確，電影可能會相對平庸，但有平庸才能看到獨特。

Yvonne 強調，數據只能保障安全，不能追求卓越。但是，數據可以幫助你不出錯，當我們不會疲於奔命在解決錯誤時，就能好好坐下來思考如何追求卓越。簡言之，數據有助於「保障安全」、「控制風險」、「解放創作者經歷」，在這些條件下「推動規模化、產業化」。

(四) 臺灣現況觀察與建議

IP 電影在前端即可運用大數據，臺灣近年亦重視 IP 發展，因此 Yvonne 也提供相關看法。首先，IP 是「智慧的結晶在法律上被賦予一個價格」，當大家都看過並且感興趣，IP 便開始有價值，在互聯網時代可以清晰地看到 IP 的生命軌跡。據 Yvonne 描述，寫出 IP 是「孵化」，文學是孵化 IP 最輕的文本；用輕文本進入市場，稱之為「運營」；將已經累積用戶的文本賣版權給影視公司，是「變現」。影視公司買 IP 則是「被變現端」。

簡單說，「用輕文本運營，重文本變現」。一般 IP 變現就是賣版權，若要不斷變現，在文本上有更多話語權則能運作品牌，不過現在缺乏成熟完整的 IP 營運公司（像是美國迪士尼或日本的全媒體模式）。IP 迷人的地方是變現成本幾近於零，文學、短視頻都比較便宜，只要孕育起來就可以變現，臺灣可以優先考慮。

最後，Yvonne 認為臺灣的問題不在於數據應用，而在於「如何讓影視文化產業化、健康化」。中國大陸研究數據是因為規模大，需要工具來輔助經驗不足的人，加上產值動輒好幾億人民幣，當然要有一些保障。臺灣的技術不輸其他地方，所以根本問題是產值不支持。要先有產業才有數據，也許先研究 IP、內容影響力以及產業化，等產業環境健康了，數據就可以被運用。

二、【表演藝術】藝術節慶品牌經營之規劃策略：專訪大稻埕戲苑葉玫汝助理研究員

近兩年各級政府機關積極透過辦理藝術節慶培養藝文消費人口、行銷在地觀光等，提供給藝文團隊許多演出機會。然由於活動數量過多、性質相似高，加上免費節目比例較高之下，除排擠既有售票節目之外，也影響到預期的衍生效益。

不過，目前也有部分透過完善的規劃，將藝術活動塑造為品牌活動，如國內傳統戲曲主要演出場域的大稻埕戲苑，自 2014 年起結合以往辦理單一性館慶活動之資源，舉辦以培養青年傳統戲曲人才為主軸的青年戲曲藝術節，藉此開拓傳統戲曲與場館的潛在觀眾群。長期累積之下，已成為培育傳統戲曲青年人才的重要平台，因此本期邀請大稻埕戲苑葉玫汝助理研究員，分享青年戲曲藝術節經營策略，以及傳統戲曲團體的創作趨勢發展。

（一）品牌經營：長期規劃、連結在地脈絡

大稻埕戲苑辦理青年戲曲藝術節（簡稱青藝節）至今邁入第五屆，透過策展、在地化的經營理念，成為國內傳統戲曲重要的活動之一，且為傳統戲曲的人才培育平台。據葉助理研究員分享青藝節辦理初衷是希望透過藝術節的平台挖掘新人才、團體，因此以策展形式，從年輕人才為核心，媒合團隊與編、導、演等人才進行創作，以創新、實驗性質的節目為主題概念，塑造出青藝節的品牌形象，並打造成大稻埕戲苑的招牌活動。

另外，由於大稻埕戲苑位屬的大稻埕地區是以往台北的經濟與文化重要樞紐之一，讓大稻埕素有「戲窟」之稱，也成為傳統戲曲的搖籃地。因此大稻埕戲苑透過結合在地歷史背景，推出專題講座、街區導覽、廣場藝文演出及人文攝影展等深度活動，讓戲曲更接近於民眾日常生活。以街區導覽-戲遊@大稻埕為例，透過與專業的在地文史導覽團隊與新生代團體合作，將大稻埕歷史脈絡與戲曲演出相互結合，讓傳統戲曲融入街區各角落，吸引有別於劇場演出的觀眾群，並創造不同以往的觀賞經驗，展開傳統戲曲的新篇章。

（二）主題策展理念：連接藝術原生態

青藝節自辦理初期即是以主題策展的理念進行規劃，以聚焦於青年戲曲人才，展現澎湃的創意能量，找尋傳統戲曲在當代發展的可能性。

臺灣傳統戲曲生態面臨演出團體重複性高、人才年齡層相對較高、消費族群偏長等課題，加上傳統戲曲的觀眾群常會有明星演員的粉絲追星效應，也就是對於主創人員、卡司具有一定的偏好。因此青藝節在節目策劃以創新、實驗性質的為主，透過新形態節目，培養新世代明星，讓傳統戲曲融入現代社會，拓展觀眾族群。今年度（2018年）首度訂定以「舊典新詮」為主題，團體可自行挑選具經典性的文本、故事進行創意發想，結合新世代人才的創作與功底，探索當代戲曲的邊界，如文和傳奇戲劇團以南戲劇本《張協狀元》為主體，改編為客家戲曲《張協>2018》；今年首次加入的布袋戲團體也分別

改編莎士比亞名作《李爾王》及元雜劇《呂蒙正風雪破窯記》等經典劇本，展現有別以往布袋戲的風格。

另一方面，雖然青藝節的節目以創新、實驗為主，不過由於節目本身為售票性質，對團體與場館來說，仍有一定的票房壓力，因此在作品的實驗性與市場的商業性間如何衡量、拿捏，也是團體在創作上需要思考的地方。

綜觀近年新生代人才在青藝節的創作方向，以往單純加入現代劇場元素應用，近期則納入特定社會性議題進行創意發想，如栢優座《行動代號：莫須有》，以虛構的時空探討對於國家認同的議題。而葉助理研究員也觀察到各劇種團體的創作發想也與該劇種的生態發展環環相扣，如近年歌仔戲節目發展相對多元，團體在創作上也勇於嘗試新元素。整體來說，新一代的戲曲人才在創作上透過不斷的摸索、嘗試，呈現屬於當代的傳統戲曲。

(三) 未來方向：觀眾延續、多方合作

綜合來說，大稻埕戲苑辦理青藝節的初衷，除為培養新的戲曲人才之外，也是希望能拓展場館的觀眾群。大稻埕戲苑常態性節目的觀眾以年長者、較關注傳統戲曲節目的比例較高，而根據葉助理研究員觀察欣賞青藝節節目的觀眾年齡層相對年輕，且吸引許多愛好現代劇場、未曾進入傳統劇場的消費者，顯示創新、實驗性節目對於開拓新的消費族群具有一定效益。不過，由於青藝節與一般常態傳統戲曲節目的性質存有差異，因此觀眾間的流動並未如預期，而此部分亦是未來大稻埕戲苑在節目策劃上思考如何讓兩種觀眾得以流動、延續性。如透過結合其他主題活動，提供多樣化的節目給觀眾進行選擇，讓各觀眾可依照喜好挑選。

另一方面，隨著近年國內劇場、藝術節慶的數量大幅增加，面對新場館營運、同質性活動競爭與免費藝術演出過多的情況下，將使競爭越趨激烈，因此未來各場館、藝術節慶主辦方若可相互合作，避免同一時間演出活動過於頻繁、區隔節目性質、特色，將可提供消費者多樣的內容選擇，藉以擴大消費人口。

三、【文化資產應用及展演設施】社區文化資產應用案例：鳳林鎮北林三村社區發展協會理事長李美玲

過去的博物館將歷史文物封存在一個密閉的空間裡，如今各界已逐步打破博物館的疆界，即便一個城市甚或一個純樸的村落都是具有歷史意義的展演舞台，古老的歷史建物經過保存再活化不但成為吸睛亮點，更展現新舊並容的文化底蘊，誠然為一充滿生活氣息且無空間限制的博物館，惟生態博物館的文化資產保存無非是重要課題，不如以往所稱的館藏能透過適當的溫度調節與人為枷鎖加以保存，尤其倘若文化資產係以居民所屬，則予以保存的意願將更難以控制。有鑑於此，為成就一個有歷史風貌、人情與創意的生態博物館，歷史文物的維護再利用就變得相對重要。故本期專訪北林三村社區發展協會理事長李美玲，分享現階段對於生態博物館的規劃以及在地菸樓的保存與活化。

（一）藉節慶行銷激發居民保存菸樓的動力

位於鳳林鎮的北林三村保有全台密度最高的菸樓，為保存此一文化資產並加以活化，自民國 92 年起公私部門協力推行菸樓文化聚落。李理事長表示，倘若希冀當地居民不輕易拆除自有菸樓並致力於維護保存，必定要讓民眾先意識到菸樓存在的價值。有鑑於此，北林三村社區發展協會扣緊鳳林的兩大特色—日本移民村及菸樓聚落，開始推行文化觀光活動，於每年農曆七月的第一個禮拜六舉行「百鬼夜行祭」。其中，李理事長強調，社區在菸樓導覽解說上的訓練不遺餘力，透過文化觀光的包裝能讓遊客瞭解菸樓建築結構的原理及地方產業發展的故事，更徹底執行地方知識學的理念，傳承菸樓功能與產業細節如菸葉的採收與溫度控管等，重要的是，透過「百鬼夜行祭」的高話題性吸引遊客前往北林小鎮，即便不幸沒搭上當年的百鬼夜行風潮，也能參加「騎單車遊菸樓」等相關遊程，另結合警察廳、校長夢工廠等展演設施豐富遊程內容以提高遊客回顧率，此舉係透過「百鬼夜行祭」節慶行銷的方式提高鳳林菸樓的知名度，而遊客的回憶及感動能帶起在地居民保存自有菸樓的動機。

（二）菸樓應用及外觀保存之重要性

文化資產應用方面，鳳林共計 42 棟菸樓，以往大眾對於菸樓應用的想法僅侷限於菸葉博物館的設立，惟靜態的文物館恐因缺乏管理或展品更迭而終將淪落為乏人問津的蚊子館，必須透過各大活動的穿針引線，尚能輔助民眾始於重視自家菸樓的文化價值，不幸地是，鳳林 42 棟菸樓之產權皆屬私人所有，無法強制民眾配合協會規劃，因此協會開始針對每棟菸樓的應用規劃進行普查，挑選出願意被修繕且積極再利用的菸樓合作，衍生出幾種運用方式，有些成為文化觀光遊程的一部分，專門提供遊客參觀並予以導覽解說的菸樓；有些成為背包客的住所甚或改造成民宿，變成甚富文化氣息的歇腳處；有些則結合「百鬼夜行祭」的意象，將菸樓佈置成鬼屋，順勢行銷在地特色。不過李理事長強調，除了建築設施的內部應用，景觀維護尤其重要，無論菸樓如何被使用，維持外觀原貌有其必要性，走在北林的街道上仍能望見一棟棟菸樓散落其中，方能實現區域聚落景觀的概念。

(三) 藝術造景有賴社區居民的參與

李理事長表示，北林尋求一個不同於台灣發展方向的思維，由於生活步調過於緩慢，過去四、五十年間的生活模式都被保存下來，讓北林誠如一座活的客家生活博物館，燒柴火、溝邊洗衣等常民習慣不用刻意安排就能真實呈現，因此鳳林也成為全台第一個國際慢城，慢食、慢活成為當地特色。李理事長亦指出，北林從很久以前就保有全村皆是美術館的概念，村民的生活環境與方式都是北林推行文化觀光時想要展演的元素，雖然北林不如台南土溝村幸運，接受投入的人力、財力及計畫補助如此龐大，不過北林正以緩慢的方式持續推進，無論是大幅帆布的街道攝影展還是每年百鬼夜行的大型藝術裝置甚或住家菸樓彩繪，皆是為北林生態博物館增添藝術造景的寫照。另李理事長很強調居民參與的重要性，由於北林老齡化嚴重，老年人對於新事物的接受速度慢且不易改變現有生活環境，但村裡的每一處皆是居民共同擁有，一同體認藝術造景的意義並協力改變有其必要性，亦可讓生態博物館的概念深植居民心中，惟此一街景轉變必須循序漸進，誠如慢城的精神，注入新元素的同時更要重新審視既有的傳統價值。

(四) 小結

以鳳林菸樓聚落的文化資產案例可看出，「文化觀光」與「文化資產保存」之間的相輔相成，針對現代人的懷舊思維，古色古香的菸樓形成亮眼的觀光資源，透過週期性的節慶行銷吸引外地遊客前來，而這些慕名而來的觀光客所產生的效益無論是經濟面或感情面，皆能喚醒在地居民對於自家菸樓的重視，開始進行文化資產的保存，甚至生成賦予菸樓新生命的構想，此一活化能反過來挹注觀光活動的傳統意象如「百鬼夜行祭」的菸樓鬼屋，惟除了菸樓本身，仍須其他有形或無形的文化資產共同扶植一個具吸引力的文化觀光遊程，如菸樓故事的傳承或手作體驗等，以上儼然為一文化資產保存與活化的循環過程。重要的是，所有的應用與改變必須扣緊在地文化與人心，即便只是村落一角的裝置藝術或有形文化資產彩繪，倘若違背在地發展意象及居民的生活步調，將失去文化傳承的最初意義。

第參部分、專家論壇

高教深耕與地方創生：一個理論老師的經驗談 / 陳婷玉副教授

【作者簡介】

作者為美國紐約州大水牛城分校傳播研究所博士，現為南華大學傳播學系副教授，研究專長為健康傳播、性別研究、量化/質性研究方法、閱聽人分析。近年帶領學生以萬國戲院為中心展開行動研究，期盼與在地住民共同協力帶動小鎮回春。

對一個教理論課程的大學老師而言，走入社區實在是被逼無奈，當初是因為大學生怯於寫畢業論文，於是我便想到讓學生執行行動研究來取代學術論文的撰寫，自此便走入社區、走向地方，再也無法回頭了。而我對課程設計的此種改變竟與近來的高等教育趨勢不謀而合，實在是我始料未及。

一、高等教育走出校園、走入地方

近年來教育部不斷敦促大學的教育改革，其中讓高等教育走出校園、走入地方，與社區發展、地方產業結合，使年輕人的創意、人力能協助逐漸凋零的地方鄉鎮自主發展在地文史、觀光、經濟，讓人回流，再創生機。「地方創生」原是由日本首相安倍晉三內閣提出的概念，因日本高齡、少子化問題嚴重，加上城鄉發展不均，因而地方創生成為日本近來的熱門議題，也在日本各地落實（徐重仁，2016）。

而台灣面臨與日本相似的困境，政府相關單位亦有所察覺，並以教育部青年署推動的各種計畫著墨最多，如「補助青年團隊參與志願服務活動實施計畫」、「青年社區參與行動計畫」、「服務學習獎勵計畫」、「青年壯遊台灣---尋找感動地圖實踐計畫」等，而剛剛正式啟動的高教深耕計畫，更是以「善盡社會責任」為四大目標之一，鼓勵各大專校院另提附冊「大學社會專任實踐計畫」（USR），以「在地連結」與「人才培育」為核心，期望能從在地需求出發，投入學界（大學老師、學生）能量深耕在地（教育部全球資訊網，2018）。

在這樣的高教脈絡與氛圍之下，我將課程從理論導向實務，從校園巨塔走向在地社區，然而這個過程並非隨機、盲目的，而是必須在準備充分、做足社區功課的狀況下，方可能達到有意義的青年參與社區或是協助地方創生。

二、與在地夥伴共同投入大林小鎮創生

首先 (以社區的話來說，而非學術的語言)，社區一定要有人，也就是說，你必須找到一個生活在場域中的人，一個在地鄉親，一個 key person，能夠了解社區的古往今來，更重要的是，這位關鍵社區人士必須有強烈的意願，希望能將自己的故鄉「救起來」，而我在任職學校所在的城鎮——嘉義縣大林鎮，很幸運地找到這樣一個人——江明赫先生。一個大林子弟，因為警覺自己的故鄉和台灣許多鄉鎮一樣，曾經風華繁榮一時，卻因產業、人口結構的改變，而變得沒落，更糟的是，竟連一個特色也找不到，於是立志將曾帶給他兒時諸多歡樂，甚至促使他從軍報效國家的老戲院，重建成一個小鎮的藝文展演空間，並能成為家鄉的特色，足以吸引外地的觀光客到小鎮進行一次知性的小旅行，更重要的，是喚起在地民眾對過去生活場景熟悉的、美好的回憶，重拾對地方的認同與驕傲。而我和學生們就在江大哥為萬國戲院與大林鎮奮鬥的過程中，有幸參與這樣的盛事。

從早幾年以服務學習課程的形式協助江大哥，到後來由本系作為協力單位，指導大學生組成青年團隊，申請教育部青年署的「青年參與社區行動計畫」，藉著執行計畫來為社區發展、社區營造提供創意、資源與人力。近兩年則是將課程帶入由文學系老師主導的「教育部專業知能融入敘事力」計畫，擔任計畫共同主持人，將更多的老師、學生帶入社區。

思索這六、七個年頭走下來，南華大學師生和萬國戲院、大林居民已成為榮辱與共的夥伴；本校生物科技學系的老師們協助大林鎮取得義大利國際慢城組織 (Cittaslow International) 的慢城認證時，我們欣喜若狂；萬國戲院被民視選為拍攝文學大戲「阿不拉的三個女人」場景之一時，大學生和居民一起擔任臨演，並在拍攝殺青的明星掃街造勢活動中，與鎮公所的工作人員一同維持秩序，分享小鎮睽違已久的熱鬧而歡樂的氣氛。而在江大哥軍旅生活繁忙之際，管理萬國戲院的工作便由執行計畫的學生團隊暫代，場地租借契約的簽訂、各方人員聯繫、溝通等，不僅考驗大學生的處世態度、解決問題能力，也必須與社區人士建立起完全互信、互助的基礎，這一點，應該是作為青年團隊指導老師的我，感到最自豪的吧！

這幾年因為社區參與課程而領悟到的「哲理」、在社區學習到的「方法、原則」，若要說有一個通則，那就是沒有通則！不但不同社區所需要的不同 (以大林鎮來說，店家較多、較熱鬧的老街區，也是萬國戲院的所在，是以人文、歷史景點來凸顯其特色，而大多為住宅區的明華社區，則是以其環保、低碳獲獎無數而聲名大噪)，即使是同一個社區，不同發展階段也充滿不同的變數。回想多年前第一次與江大哥接觸時，萬國戲院雖已在他的努力下，從文化部拿到了三百多萬，把老戲院外觀恢復，內部則做了清理，但還僅是一大片的水泥地，裡面空空如也，甚至連一盞燈也沒有！我們就在窗戶透著微光的昏暗中，談著萬國戲院與大林鎮的歷史以及他的願景。

鑑於當時萬國戲院還沒有知名度，於是學生以搞笑的方式拍了一部希望能為萬國戲院衝人氣的搞笑影片，放到 YouTube 上分享，希望能吸引年輕人來一探究竟，我們也拍了萬國戲院的導覽影片，讓前來的遊客們可以在很短的時間內對老戲院，以及它與大林居民的關係有初步的了解。學生也在部落格上寫遊記、手繪或電繪社區導覽地圖，增加社區的能見度，也吸引國內愛好文史深度旅遊者前來。而執行青年署計畫的那兩年，青年團隊更是為重建後（已搭建復古戲台與觀眾席）的萬國戲院與江大哥甫開始帶領的大林浪漫小旅行拍攝了微電影、辦了影展，也帶領了由學生規劃路線的文史小旅行。第二年的團隊更挑戰舉辦付費小旅行，將地方的店家、商家、廠家結合，共創商機。除此之外，亦聯繫雲嘉南的文創商品經營者，共同舉辦了大林有史以來的第一個文創市集。而近兩年來，由於學校課程結構變化，使得社區參與課程從必修變成選修，如此一來，學生的參與度、對社區的承諾度都會改變，此時授課老師便必須調整課程與心態。即使如此，我仍帶著學生為萬國戲院、大林製作行銷觀光海報、TED 短講影片，放置於萬國戲院的 FB 粉絲專頁，亦聯繫國道客運（統聯客運），希望能將過去青年團隊為社區拍攝的微電影、短片在客運的螢幕上播放（目前統聯提供公益短片、微電影的播放影視平台）。

大學協助地方創生自然產生許多效益，學生將所學在社區實踐、學習並參與公共事務、獲得實戰經驗與技能，同時對社區產生認同感、切身性與責任感，對一個偏鄉而言，這是可貴而影響深遠的。而社區則獲得了年輕人力的挹注，除了專業知識技能、創意，亦給社區帶來活力，以及重新審視自身價值的機會，若是能帶動社區產業便能帶來商機、生機。而對大學而言，能與所在社區建立友好親善關係，不僅可以爭取中央級（如 USR 計畫）、地方級的計畫，社區的各種資源未來亦可進入學校，協助大學教學、研究甚至招生。如本校近年來便與所在的大林慢城意象結合，建立教學之在地化特色。

當然大學生進入社區、參與社區並非易事，即使老師和學生認為自己可以對社區有所幫助，對社區居民而言，並非所有人都有相同的感受與利害關係，有些居民甚至可能會覺得備受打擾。以江先生所帶領的無償小旅行而言，早先即遇到了鄉親的冷言冷語，認為一個平凡無奇的每日生活場景有什麼好介紹的，甚至質疑江先生做這件事的動機。然而到了 104、105 年度，青年團隊帶著遊客在社區走踏、導覽時，路過的鄉親多數對我們非常友善，給我們讓路、開路，口頭上給予支持打氣，我想大林鄉親已經改變，整個社區變得不同了。

三、小結

社區參與的課程不同於一般課程，無法限制固定的時間、地點，這卻未必是學校行政系統所允許的，授課老師必須不斷協調，向學校說明。而邀請社區業師來給學生分享經驗、舉辦工作坊讓學生具備進入社區、在社區「走跳」的知識、技能、安排校外教學、參訪等，這些都必須與社區人士協調，花費大量精神、時間。而社區的許多活動都必須在週末假日辦理，這對老師與學生而言，又是一大挑戰。現今的大學生「外務」繁多，假日多另有安排，若非對社區的認同感（主動）或回應課程的要求（被動），恐怕教師奔走籌措的努力都將化成泡影。因此建議開設社區參與課程的老師可以選擇必修/必選課來操作，學生對課程負擔的期待及投入度較高，而在行為實踐後產生的自我知覺，可以

使學生產生認同感與態度價值的建立。而社區參與課程應該是由不同科系、不同領域的學生來修習，畢竟一進入到社區，就會發現不同專業、專長的需求，這當然又是社區參與的另一個重要議題。

在大學任教了二十年，卻因為開設社區參與的課程，走入了我過去從不曾關切、在意的社區，看到了完全不同的高教風景，學會了尊重社區、欣賞社區、感恩社區，並能以更謙卑的態度與在地鄉親「交陪」。

而在學校教育方面，由於改變了教學方式與評量學生的方式，我發現自己在定位學生這件事上，也起了翻天覆地的改變。過去因為大多教授理論課程，學習評量方式脫不開考試、寫報告，而在這些方面表現好的學生，便被我認定為好學生，而對之另眼相看。然而開始帶領社區參與、社會實踐的課程之後，卻使我對「好學生」的定義與內涵，有了新的體認；許多不擅理論、考試、寫報告、做分析的學生，卻在社區「走跳」時展現出熱忱、實幹、誠懇、無私利他的特質，因而能為社區奉獻、並提供專業上的協助（如提出點子、企劃、拍攝影片、辦理公關活動行銷社區、聯繫協調相關單位部門、建立媒體關係爭取媒體露出、製作文創周邊商品、為社區開創商機等）。這些教學經驗讓我對學生的評估變得更多元，更在地、更實際，更不以學術觀點為唯一認定學生表現的標準，我想這對一個大學老師而言，應該是醍醐灌頂的自我覺醒了。

參考文獻

1. 徐重仁 (2016) 。〈地方創生 部落的百萬商機〉，《天下雜誌》。取自：
<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5074832>
2. 教育部全球資訊網 (2018) 。〈高等教育深耕計畫審查結果公布〉，《教育部全球資訊網》。取自：
https://www.edu.tw/News_Content.aspx?n=9E7AC85F1954DDA8&s=8365C4C9ED53126D

第肆部分、國家專題

中國大陸文化和旅遊部成立

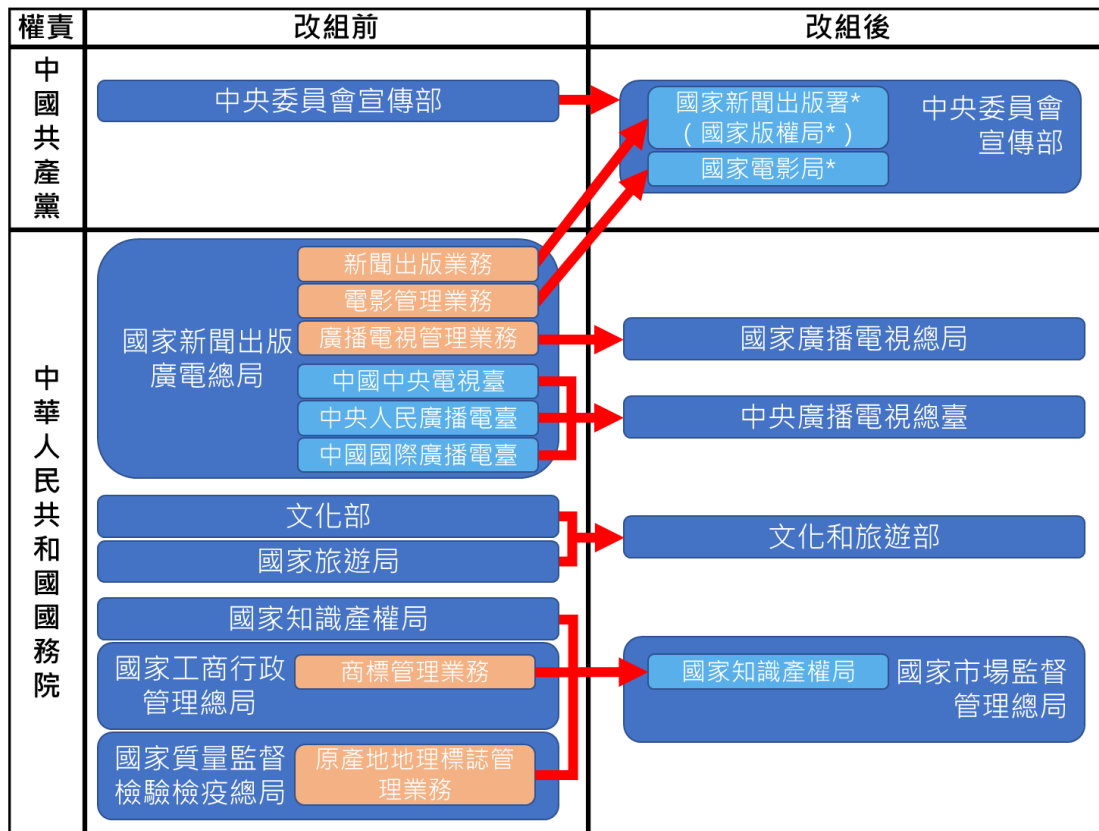
一、前言

中國共產黨於今年（2018年）二月底召開第十九屆中央委員會第三次全體會議，通過《中共中央關於深化黨和國家機構改革的決定》和《深化黨和國家機構改革方案》，經由第13屆「全國人民代表大會」會議審議通過，決議將文化相關部委進行組織調整，重新組建為「文化和旅遊部」、「國家廣播電視總局」、「國家新聞出版署（國家版權局）」、「國家電影局」、「中央廣播電視總臺」、「國家知識產權局」等，其目標是為「全面提高國家治理能力和治理水平」、「確保黨的領導全覆蓋，確保黨的領導更加堅強有力」、「要理順中央和地方職責關係，更好發揮中央和地方兩個積極性」等。

二、中國大陸文化相關部門整併概況

中國大陸本次政府文化傳媒相關之機關組織改造（如圖 4-1），包括原文化部與原國家旅遊局整併為「文化和旅遊部」；原國家新聞出版廣電總局之廣播電視管理部門改組為「國家廣播電視總局」、新聞出版與電影管理部門改隸中國共產黨中央宣傳部並新設「國家新聞出版署（國家版權局）」與「國家電影局」；原中央電視臺（中國國際電視臺）、原中央人民廣播電臺、原中國國際廣播電臺整併為「中央廣播電視總臺」，其為國務院直屬事業單位，但由中共中央宣傳部領導；「國家知識產權局」新增納入原國家工商行政管理總局之商標管理、原國家質量監督檢驗檢疫總局之原產地地理標誌管理等業務，由國家市場監督管理總局管理。

根據中國共產黨中央委員會於今年3月所印發《深化黨和國家機構改革方案》指出，中國「中央和國家機關機構改革要在2018年年底前落實到位。省級黨政機構改革方案要在2018年9月底前報黨中央審批，在2018年年底前機構調整基本到位。省以下中共黨政機構改革，由省級中共黨委統一領導，在2018年年底前報中共黨中央備案。所有地方機構改革任務在2019年3月底前基本完成。」從上述條文可知，雖然中國大陸相關組織改造的新部委於近2個月陸續掛牌上路，但其內部組織調整仍持續進行。以文化和旅遊部為例，其於今年4月所發布的《文化和旅遊部2018年度部門預算》，從中可知其仍以原文化部、國家旅遊局既有內部組織單位進行預算編列，且直至今今年4月20日止，其官方網站仍為原二單位既有獨立版本尚未進行整併，僅更新網站單位名稱標題與新就任之各級官員名單。



備註：

1. 中國政府組織為「以黨領政」，由中國共產黨領導國家政府，前者權力、地位高於後者。
2. *國家新聞出版署(國家版權局)、國家電影局為國務院下轄機關，乃為符合中國政府體制下之「掛牌」作法，「實質」權責仍為中共中宣部。
3. 本雙月報整理與繪製。

圖 4-1 中國大陸政府文化傳媒相關部委組織改造概況

三、中國大陸文化和旅遊部整併背景

根據中國大陸文化和旅遊部的施政目標，是為貫徹落實中國共產黨的文化工作方針政策；研究擬訂中國大陸文化和旅遊工作政策措施；統籌規劃中國大陸文化事業、文化產業、旅遊業發展；深入實施中國大陸文化惠民工程；組織實施中國文化資源普查、挖掘和保護工作；維護中國各類文化市場包括旅遊市場秩序；加強對外文化交流；推動中華文化走出去等工作。

早於 2009 年，中國大陸文化部與國家旅遊局曾聯合發布《關於促進文化與旅遊結合發展的指導意見》，提出推動目標：「打造文化旅遊系列活動品牌」、「打造高品質旅遊演藝產品」、「規範文化旅遊市場經營秩序」。中國國務院亦於同期頒布《關於促進旅遊改革發展的若干意見》，其提到將推動創新文化旅遊產品發展，包括結合中國共產黨的紅色歷史與革命文化傳統教育，以加強社會控制；結合在地民族特色與傳統節慶，規劃高民眾參與性的文化旅遊活動，並藉此推動傳統戲劇、傳統手工藝、傳統民俗活動

的傳承與培育累積。近年來，中國政府亦陸續頒布《國家「十三五」時期文化發展改革規劃綱要》、《國務院辦公廳關於促進全域旅遊發展的指導意見》等，提出發展文化旅遊；擴大休閒娛樂消費；推動旅遊與科技、教育、文化、衛生、體育融合發展。而在上述發展的過程當中，為了避免職能不清的問題，如文化部傾向保護文化資源，國家旅遊局傾向開發文化資源，使得成為文化部與國家旅遊局整併的濫觴。

中國大陸文化部與國家旅遊局的整併，乃為促進文化事業、文化產業和旅遊業之間的深度融合。透過整合文化遺產、開發文化資源成為文化旅遊產品，除了可以藉由文化旅遊創造經濟外部效應外，亦可使其帶動相關民生產業與福利措施、促進社會文化發展、提升中國大陸的國家形象。

四、中國大陸文化和旅遊部整併後對其文化產業影響初探

中國大陸文化和旅遊部尚未整併前，中國大陸文化部與國家旅遊局的業務各成一派、單打獨鬥，且其對於文化資源有著不同的施政觀點，前者著重於保護與軟體層面的文化思維、後者則偏重開發且較注重「資產化」的硬體層面，使得兩部門在獨立運作下可能較難創造出更大效益的文化觀光市場與產值。

根據北京大學文化產業研究院陳少峰副院長表示，文化和旅遊部整併後將有助解決文化事業與展演設施的營運（蚊子館）與品質問題，而在既有文化部之文化資產與資源的基礎上加上旅遊產業，將有利於文化與旅遊進行更廣泛與整體的規劃，促進當中的協調管理、策略規劃、資源互補、人才利用、延長產業鏈等優勢，並可嘗試透過文化的思考與眼光發展旅遊與觀光。

中國社會科學院旅遊研究中心特約研究員高舜禮則指出，此次的組織改造讓國家旅遊局升格為國務院等級的中央部委，由一個專業部門轉為一綜合事務經濟協調部門，除了讓既有文化部注入（旅遊）產業的思維外，也顯示中國政府將大力發展旅遊業的決心。另一方面，以文化平權的角度來說，旅遊與生活密切相關，亦是基本人權，故在文化和旅遊部成立後，需要考量政府的公共服務、身心障礙者的旅遊權益等。

中國文化和旅遊部在完成整併之後，根據中國前瞻產業研究院報告顯示，文旅融合將可促使文化古蹟的保護、維護文化觀光市場的秩序、為旅行者（遊客）提供完善且有保障的相關訊息。此外，亦可使文化的表現形式更為豐富、文化傳播的內容與內涵更被文化圈、市場認可，並敦促政府相關單位更注重文化內涵建設，使文化更深入人心，以塑造文化觀光的美好形象使其推廣效應擴大。

五、結語

中國大陸政府此次將影視傳媒、文化與觀光部門進行調整，前者可觀察到中國共產黨對於影視、傳媒等對內、對外宣傳管道越過中國國務院直接實質掌握；後者的組織調整則可能為當前中國大陸文化產業氛圍面向「積極變現」的產業化、產值化所致，包括紅色旅遊、特色小鎮等等，搭配當前的「扶貧」政策，試圖透過無煙函產業的文化旅遊

讓中國大陸偏鄉地區有發展經濟的可能性。根據中國國家統計局 2017 年資料顯示，中國大陸全年旅遊總收入達 5.40 兆人民幣，同期成長 15.1%，對中國 GDP 貢獻 9.13 兆人民幣，占 GDP 的 11.04%。另一方面，旅遊直接和間接創造就業 7,990 萬人，占中國大陸就業總人口的 10.28%。2016 年中國大陸文化及相關產業增加值為 30,785 億人民幣，同期成長 13.0%，占 GDP 的 4.14%。從上述可知，旅遊產業在中國大陸經濟具有重要的地位，包括創造龐大的產值、外部效應與就業機會，而在今年中國大陸政府將文化部與國家旅遊局整併之後，其業務能夠更加橫向地整合、合作，以共同發展文化觀光的潛力。

參考文獻

1. 仝麟閣，2018，〈文化和旅遊部官網更名之後：事業在前產業在後〉。經濟觀察網，<http://www.eeo.com.cn/2018/0322/325090.shtml>，取用日期：2018 年 4 月 9 日。
2. 高舜禮，2018，〈文化偏重於事業，旅遊偏重於產業〉。中國網，<http://kuaibao.qq.com/s/20180315C0UD7E00?refer=spider>，取用日期：2018 年 4 月 10 日。
3. 陳少峰，2018，〈文化旅遊部門整併有利於壯大文化產業〉。新京報，www.tibet.cn/cn/travel/201803/t20180315_5551852.html，取用日期：2018 年 4 月 10 日。
4. 張雪，2018，〈文化和旅遊部掛牌 文化旅遊緊牽手 精神食糧更富有〉。中國經濟網，[ttp://www.ce.cn/culture/gd/201804/11/t20180411_28782764.shtml](http://www.ce.cn/culture/gd/201804/11/t20180411_28782764.shtml)，取用日期：2018 年 4 月 16 日。
5. 前瞻產業研究院，2018，〈文化+旅遊，我們需要做什麼？〉。前瞻產業研究院，<https://f.qianzhan.com/wenhualvyou/detail/180321-525dbdc1.html>，取用日期：2018 年 4 月 12 日。
6. 中華人民共和國文化和旅遊部，2018，〈《文化和旅遊部 2018 年度部門預算》〉。中華人民共和國文化和旅遊部，<http://www.mcprc.gov.cn/whzx/ggtz/201804/P020180413574929432159.pdf>，取用日期：2018 年 4 月 16 日。
7. 中華人民共和國中央人民政府，2018，〈中共中央印發《深化黨和國家機構改革方案》〉。新華社，http://www.gov.cn/zhengce/2018-03/21/content_5276191.htm，取用日期：2018 年 3 月 29 日。

第五部分、重要國家文化產業情勢動態

一、日本

本期 (02/21~04/20) 日本文化與創意產業的發展，主要聚焦在政府打擊盜版文化相關內容、地方政府如何透過文化與創意產業振興地方經濟等面向、以及唱片、影音內容產業發展概況。

有鑑於網路盜版漫畫的猖獗，日本政府希望可以在 2018 年秋季的臨時國會上提出相關法案封鎖盜版網站。而日本政府的智慧財產戰略總部表示，電信業者應擔任消費者瀏覽免費漫畫等相關內容網站的第一道關卡，除可適當提供警告，必要時應主動封鎖網站。然而在日本政府舉動缺乏法律依據的情況下，日本部分電信業者開始表達不滿。

地方振興方面，過去山梨縣主要以桃子及葡萄為較熟為人知的地方特色，然而近期漫畫「ゆるキャン△」亦成功塑造山梨縣觀光，該漫畫主要描述在山梨縣生活的女高中生友誼以及在營地與同事的日常生活，動漫版本已於 2018 年 1~3 月撥出。該漫畫吸引喜愛夏令營的女高中生。若從數據上來看，山梨縣露營地區消費者較前一個年度成長 3 倍以上。

各產業現況部分，首先文化資產方面，京都府舞鶴市的錢湯「若の湯」成為全日本第六個有形文化財，該公共浴池成立於 1903 年，於當地的主要商業中心。目前該店公共空間由市民小組「KOKIN」承租，改造為咖啡廳空間，試圖活化當地經濟。

流行音樂的唱片銷售方面，日本唱片協會 (一般社団法人日本レコード協会，簡稱 RIAJ) 公布的「日本唱片產業 2018」(日本のレコード産業 2017)，顯示 2017 年日本音樂產業，包含音樂錄製 (Audio) 與音樂影片 (Music Video) 等唱片業在銷量及銷售額方面皆呈衰退趨勢；而數位音樂市場方面，儘管銷量為負成長，但銷售額已連續四年呈正成長，2017 年較 2016 年成長 8.32%。整體來看，2017 年銷售額較 2016 年下滑 3.11%。

影視方面，日本影視軟體協會 (日本映像ソフト協会，Japan Video Software Association 簡稱 JVA) 公布 2018 年 2 月日本 DVD 市場銷售概況，數據顯示 DVD 市場 (包含 DVD 及藍光) 總計銷售額為 119.67 億日圓，較 2017 年 2 月下滑 2.1%，其中 DVD 市場銷售額為 68.51 億日圓，較 2017 年 2 月下滑 2.0%；而藍光市場銷售額為 51.16 億日圓，較 2017 年 2 月下滑 2.1%。若就 1、2 月累積銷售額觀察，總計銷售額為 259.74 億日圓，較 2017 年同期成長 5.3%，其中 DVD 市場成長 3.8%，而藍光市場成長 7.3%。

表 5-1 日本文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期	中文標題
《魔女宅急便》原作角野榮子 獲頒國際安徒生作家獎	朝日新聞中文網	2018/03/07	《魔女宅急便》原作角野榮子 獲頒國際安徒生作家獎
名古屋地下偶像團體純賣藝 粉絲近距離接觸 Say No	朝日新聞中文網	2018/03/17	名古屋地下偶像團體純賣藝 粉絲近距離接觸 Say No
日本御宅族也撐起時尚的一片天	日本經濟新聞中文版	2018/03/27	日本御宅族也撐起時尚的一片天
「熊本熊」對海外企業解禁	日本經濟新聞中文版	2018/03/13	「熊本熊」對海外企業解禁
「春節」重返日本	日本經濟新聞中文版	2018/03/28	「春節」重返日本
茶せんが高速でギュギュギュギュン！ パワフルな茶道ロボが“わびさび”のカケラもないけど「結構なお点前」	ねとらぼ	2018/03/13	推廣傳統文化不遺餘力！日本開發茶道機器人
男女に差なんて、ない プリキュア生みの親、秘めた信念	朝日新聞	2018/02/28	《光之美少女》迎接 15 周年 系列之父期許性別平等更上層樓
制服「女子も男子もスカート OK」	NHK 新聞網	2018/03/15	千葉縣中學實施不依性別來選擇男女制服
「ビブリオバトル」中学生が本への熱い思いを披露	NHK 新聞網	2018/03/28	「日本書評大賽」中學生展現對書的熱愛
2017 年のレコード産業の概要をまとめた「日本のレコード産業 2018」本日発行	Musicman-net	2018/04/05	「日本唱片産業 2018」公布
JVA 18 年 2 月度ビデオソフト売上速報を発表	岩手日報	2018/04/15	JVA 2 月宣布影音內容銷售初步報告
《螢火蟲之墓》動畫導演高畑勳逝世 享壽 82 歲	朝日新聞中文網	2018/04/06	《螢火蟲之墓》動畫導演高畑勳逝世 享壽 82 歲
SNS で拡散「恋のくに」…国内外から女性続々	讀賣新聞	2018/04/08	沒有年齡限制的「#戀愛之國」，最近成為在社群網路上受到矚目的造訪主題，其中尤以 福岡戀木神社最受歡迎。
映画専門の初の美術館「国立映画アーカイブ」開館式典	NHK 新聞網	2018/04/09	日本首座電影美術館舉行開館儀式
「桃とブドウと信玄だけじゃない」「ゆるキャン△」効果で山梨に聖地巡礼続々	産経新聞	2018/04/09	不只有桃子、葡萄和信玄，日本動畫「搖曳露營」為山梨縣帶來聖地巡禮潮
「本屋大賞」に辻村深月さん「かがみの孤城」	讀賣新聞	2018/04/10	日本第 15 屆本屋大賞結果發表 辻村深月《鏡之孤城》獲獎
表演字幕兩不誤!戴上智慧眼鏡去日本看音樂劇	日本經濟新聞中文版	2018/04/10	日本第 15 屆本屋大賞結果發表 辻村深月《鏡之孤城》獲獎
歌舞伎×キティちゃん、中村獅童×初音ミク…新たな歌舞伎、続々	産経新聞	2018/03/25	凱蒂貓與歌舞伎、中村獅童與初音未來合作，日本傳統藝術展現新風貌

標題	來源	日期	中文標題
渋谷すばるさん、関ジャニ脱退へ年末で事務所も退社	朝日新聞	2018/04/15	澀谷昴宣布離開關 8，並在年末退出傑尼斯事務所
3色の愛、売ります 歌舞伎町の書店で現役ホストが接客	朝日新聞	2018/04/15	歌舞伎町開了第一家男公關書店，只賣關於愛的書
日本美食導航網借動漫宣傳居酒屋文化	日本經濟新聞 中文版	2018/04/20	日本美食導航網借動漫宣傳居酒屋文化
不光能吃，日本流行「穿」日料！	日本經濟新聞 中文版	2018/04/20	不光能吃，日本流行「穿」日料！
重返 80 年代！日本掀起復古熱潮	日本經濟新聞 中文版	2018/04/18	重返 80 年代！日本掀起復古熱潮
日本廟會不「擾民」？信仰的虛實，傳統的角力	轉角國際	2018/04/23	日本廟會不「擾民」？信仰的虛實，傳統的角力
日本政府打擊盜版漫畫，以「緊急避難」順勢封鎖網站	地球圖輯隊	2018/04/21	日本政府打擊盜版漫畫，以「緊急避難」順勢封鎖網站
若の湯の魅力堪能 国の文化財に 京都・舞鶴	每日新聞	2018/04/23	京都舞鶴的澡堂魅力 國家的文化財
日本「到府理容」為銀髮族與不便出門者服務	民視新聞	2018/04/20	日本「到府理容」為銀髮族與不便出門者服務
こんなにあるぞ移動図書館 離島 結んだ船、今は飛行機も	朝日新聞	2018/04/21	還有這樣的移動圖書館 - 連接移島的船，現在連飛機也有

二、韓國

近兩個月 (02/21~04/20) 韓國文化情勢動態，主要聚焦在影視、流行音樂、觀光、出版及遊戲產業發展討論上。就韓國整體政策而言，基於國民生活品質的改善，文體部依據《文化基本法》第五條制訂文化影響評估系統，衡量政府政策對民眾生活所帶來的影響及針對文化產業支持的情況，且今年評估規模持續擴大至十八個城市，並藉國土交通部推行的「城市再生新政」培育出更多的文化城市聚落。另有鑑於韓國在人文藝術領域的高關注度，文體部發表《美術振興中長期計畫》，為改善美術領域低收入、高成本及資源配置不均等問題，制訂四大政策如薪資補償機制、作家與畫廊之公平合作、藝術家的多元發展性以及提升民眾參與興致等以重振藝術市場。在國際交流方面，文體部今年與世界產權組織 (WIPO) 合作，以開發中國家為對象包含蒙古、緬甸及柬埔寨等，傳授國內外著作權集中管理辦法，目的係保護在該等國家流通之韓國文化產業。此外，韓國與歐盟於四月初執行第五屆韓-歐盟 (EU) 文化合作委員會，除建立兩方文化產業交流之互惠性，歐盟更承諾成為首爾藝術市場的嘉賓客群，儼然為建交 55 年來之突破性發展。

在影視廣播產業方面，文體部與韓國音樂著作權協會等機構針對演出者的著作權徵收進行規範，自今年八月起，商業用唱片的著作費索取範圍新增咖啡專賣店、生啤酒專賣店以及健身房等，另針對該等營業場所設立獨立的坪數徵收規範，惟為降低賣場負擔，

亦提供統一徵收制度，指定一位代理人集體徵收版權費。此外，為強化韓國影視內容競爭力，今年文體部將提供 94 億韓元補助相關產業，並擴大中小型戲劇節目之補貼以拓展優秀作品的海外銷售通路，另為優化影視內容，文體部於各平台間挖掘優秀的視頻內容並致力於戲劇、綜藝甚或 MCN 個人創作的融合，同時因應當今老齡化社會，將提倡以老年人生活為素材的電視劇製作並提供相對的支援。國際交流方面，文體部與世界知識產權組織 (WIPO) 於首爾舉行「著作權地區合作研討會」，主要與相鄰國家如中國、蒙古、俄羅斯等進行版權政策的交流與合作，謀求韓國歌手、廣播等著作在該等地區的保護。

在旅遊產業方面，韓國政府為建立具有地區特色的觀光事業，今年將選定十處能讓在地居民共同參與規劃的深度旅遊示範區，以各區自願者擔任主要策劃人員，為減輕地方組織在行銷推廣上的負擔，政府將提供長達五年的經費贊助與宣傳支援。特別是，從今年起將額外招募在地青年一同參與旅遊業務，希冀藉由年輕人的創意發想讓地區旅遊更加趣味化。此外，文體部引入為期兩年的審查評價制度，俾使旅遊業者創造地區旅遊的內容稀缺性與文化魅力，透過不斷自我比較以提升旅遊品質與產業續航力。消費方面，文體部與韓國觀光公社於三月召開《2018 年勞動者休假支援計畫》，為促進國家勞動者達到工作與休息之間的平衡，將以中小型企業做為施行對象，包含員工及員工所屬公司的旅遊補助經費總計為 40 萬韓元，並計畫於明年擴大補助對象以創造勞動者的自由旅遊氛圍並促進內需市場的活絡。

在出版產業方面，由韓國書店組合聯合會及各大傳媒所推行的《2018 出版之年》，為創造出版產業成長態勢並恢復國民讀書率，提出四大舉措。首先，透過書籍評論視頻和社交網絡 (SNS) 讓市民們參加「With book 運動」進而獲取閱讀分享的樂趣。在特定範圍的推廣上，將推行「移動書店」及「書店深夜營運計畫」，俾使沒有書店的文化孤立區亦能享受閱讀服務，並延遲打烊時間讓忙碌的讀者能在深夜裡擁有一本書的時間。另地方自治團體開展「讀書村」示範點，利用村落公共空間，以書籍為媒介提升村民向心力。在國際交流上，自今年三月起每月舉辦國內外「出版生態論壇」，並預計於年底籌備應對出版環境變化的新政藍圖。在漫畫產業方面，文體部文化政策局長表示，地方漫畫作家是引領文化產業的創意寶庫，為振興地區性漫畫，中央政府與地方自治團體共同合作，地方自治團體致力於在地人才挖掘並提供作家諮詢與紛爭調解，而文體部將建立人才培育機構及財政支援等，為地區性漫畫產業做出貢獻。此外，遊戲產業方面，文體部與韓國遊戲產業協會簽訂健康遊戲生態業務合約。協約內容包括擴大分級認證制度，將分級適用對象擴及各種遊戲平台，並從五月起，規定青少年在線遊戲的每月支付限額為七萬韓元，亦頒布超額退款標準以完善青年保護體系。

在台韓文化關係方面，今年三月在文化內容產業上有不少交流機會，如 YouTube 於韓國首爾所舉辦的台韓影音內容文化交流活動，邀請「吃播」類型 YouTuber 分享心得。另有鑑於全球手遊與 app 等使用者大幅成長，台灣和韓國為 Google Play 全球前五大市場，且兩國所打造的 app 有不少已成功打入海外市場獲得不錯口碑，因此 Google 邀請台韓開發者交流心得，不僅讓使用者體認開發者的創作心境，更讓台韓兩國在行動裝置的軟體開發上有更密切的互動。旅遊產業交流方面，台南市旅行商業同業公會與韓國

慶尚北道觀光公社於三月簽署觀光合作友好協定，藉由民間團體締盟擴大交流，刺激雙邊互訪旅客人數，帶動兩地旅遊市場蓬勃發展。

表 5-2 韓國文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期	中文標題
함께 읽는 대한민국, '2018 책의 해' 막 오른다	韓國文化體育觀光部	2018/03/22	一起閱讀的大韓民國「2018 出版之年」
한국 홍보 간행물 '코리아' 웹진 발간 이벤트 개최	韓國文化體育觀光部	2018/03/07	韓國刊物《Korea》電子發行活動
문체부, 2018 관광두레 신규 지역 10 개 선정	韓國文化體育觀光部	2018/03/12	2018 年文體部選定的 10 大旅遊區
문화영향평가로 문화적 도시재생의 밑그림을 지원한다	韓國文化體育觀光部	2018/03/05	振興文化城市的文化影響評估
지역 만화·웹툰 작가의 창작 실태 파악 및 정책 제언 청취	韓國文化體育觀光部	2018/03/27	瞭解地區漫畫作家的創作現況並制定相關對策
문체부-한국게임산업협회 업무협약 체결	韓國文化體育觀光部	2018/03/28	文體部與韓國遊戲產業協會簽訂業務協約
자율과 분권의 지역문화 정책을 위한 민관 협치 본격화	韓國文化體育觀光部	2018/03/30	公私合作促進地方自治、分權的文化政策
문체부, 지역명사와 함께하는 문화여행 6 건 신규 선정	韓國文化體育觀光部	2018/03/28	文體部與地區相關人士共同選定六項文化觀光好去處
음악 공연사용료 확대를 위한 징수규정 개정 승인	韓國文化體育觀光部	2018/03/26	批准公共場所擴大徵收音樂版權費用
한·중·러·몽 4 개국의 최신 저작권 현안이 한자리에	韓國文化體育觀光部	2018/03/26	韓國、中國、俄羅斯及蒙古等四國的版權合作政策
'근로자 휴가지원 사업'에 참여해 국내여행비를 지원 받으세요	韓國文化體育觀光部	2018/03/26	2018 年勞動者休假支援計畫
우리의 저작권 집중관리 비법을 개도국에 전수한다	韓國文化體育觀光部	2018/03/19	支持發展中國家的版權集中管理制度
공립박물관 우수인증기관 123 개관 선정	韓國文化體育觀光部	2018/03/05	123 個公共博物館獲得優秀機構認證
문체부·콘진원, 우수 방송영상콘텐츠 제작 지원 공모	韓國文化體育觀光部	2018/04/02	文體部對於優秀視頻內容創作的支持與補助
문체부, '미술로 행복한 삶' 만든다	韓國文化體育觀光部	2018/04/02	文體部打造美術幸福的人生
台韓「吃播」影音促進美食交流，YouTuber：要真實呈現感受不能說謊	科技新報	2018/03/27	台韓「吃播」影音促進美食交流，YouTuber：要真實呈現感受不能說謊
使用者愛玩手遊愛拍照，Google Play 協助台韓開發者走向國際	科技新報	2018/03/28	使用者愛玩手遊愛拍照，Google Play 協助台韓開發者走向國際
한-유럽연합, 문화창조산업 협력 위해 한자리에 모인다	韓國文化體育觀光部	2018/04/09	韓國、歐盟聯手在文化創意產業進行合作

標題	來源	日期	中文標題
도시재생 뉴딜사업지에 문화를 더하다	韓國文化體育觀光部	2018/04/04	重建城市增添文化氣息
문화융합으로 그리는 미래를 주제로 '청춘인문 논(論)장판' 열려	韓國文化體育觀光部	2018/04/02	《社論》文化融合的未來
책의 해, 책 생태계의 오늘과 내일을 말하다	韓國文化體育觀光部	2018/03/28	談論韓國圖書生態系統
3 월 문화가 있는 날, 봄과 함께 찾아온 풍성한 프로그램	韓國文化體育觀光部	2018/03/26	三月文化日-全面規劃項目，如小型音樂會、博物館和圖書館計畫
2018 평창동계올림픽·패럴림픽 메달포상금 지급	韓國文化體育觀光部	2018/03/19	2018 年平昌冬奧會
台韓交流音樂 《與神同行》作曲家《皮諾丘》演唱都參與	今日新聞	2018/03/22	台韓交流音樂 《與神同行》作曲家《皮諾丘》演唱都參與
不僅哈日燒 台南也搭韓流推廣城市深度旅遊	自由時報	2018/03/21	不僅哈日燒 台南也搭韓流推廣城市深度旅遊
' 저작권 침해 고소사건 각하제도 ' 확대 시행	韓國文化體育觀光部	2018/03/05	" 侵犯版權訴訟案 " 擴大實施
제 6 기 대통령소속 도서관정보정책위원회 출범	韓國文化體育觀光部	2018/04/09	第六屆總統圖書館信息政策委員會成立
누구나 주인공이 되는, 2018 열린관광지 12 개소 선정	韓國文化體育觀光部	2018/04/12	2018 年韓國的 12 處最佳旅遊景點
4. 22.~23. 광화문광장, 책의 나라로 변신한다	韓國文化體育觀光部	2018/04/18	4/22-23 光化門廣場化為韓國書鄉
봄 여행주간, 특별한 보통날을 만나보세요	韓國文化體育觀光部	2018/04/17	春季旅行週，滿足既特別又普通的日子
2018 대한민국 '책의 도시' 김해 선포식 개최	韓國文化體育觀光部	2018/04/17	2018 年大韓民國「書籍之城」開幕儀式
문체부, 문화콘텐츠기업 이차보전사업 시행	韓國文化體育觀光部	2018/04/20	文體部對於文化內容產業的補貼計畫
Netflix 積極引入韓流文化, 把韓流更推進國際文化產業舞台	香港獨立媒體網	2018/04/16	Netflix 積極引入韓流文化, 把韓流更推進國際文化產業舞台
韓國店村青商會參訪雲縣, 促進台韓產業交流	今日新聞	2018/04/20	韓國店村青商會參訪雲縣, 促進台韓產業交流
韓國遊戲大賞作品登台《王之逆襲》韓中版確認有日配	ETtoday 新聞雲	2018/04/07	韓國遊戲大賞作品登台《王之逆襲》韓中版確認有日配
看好花蓮觀光商機, 韓國免稅商店評估設點	TVBS 新聞網	2018/04/19	看好花蓮觀光商機, 韓國免稅商店評估設點

三、中國大陸

近兩個月 (02/21 ~ 04/20) 中國大陸文化產業的情勢動態，適逢中國兩會召開而頒布眾多相關政策、法規與管制措施，如政府文化相關機關整併 (文化和旅遊部等 6 部委)，並實施新的對臺政策 (對臺 31 條)。本期中國大陸新聞主要圍繞在電視、電影、出版、遊戲、文化觀光與鄉村振興、文化消費等面向。

在電視產業方面，據《2018 中國電視劇產業發展報告》2017 年中國國產電視劇數量為 313 部 13,475 集，為 2011 年以來新低，如此情況顯示相關部門對於電視劇供給側的監管與抑制非理性投資製作具有一定成效，而 2017 年綜藝節目收視率較 2016 年有整體下滑趨勢，綜藝節目創新乏力，出現審美疲態，新題材之綜藝節目引起市場的爭相模仿，同質化現象趨於嚴重。另一方面，截至 2017 年 12 月，中國大陸手機視頻用戶已達 5.48 億，而 2017 年上半年全網視頻點擊總量達 6,317.3 億次，較上年成長 9.7%，其中電視劇類點擊量達到 4,232.6 億次，佔整體的 67%。

在電影產業方面，根據報導顯示，2017 年中國電影票房 559.1 億元，與 2016 年相比成長近 20%，而在今年的春節單天票房突破 13 億元人民幣，2 月份票房突破 200 億元人民幣大關。不過儘管票房持續成長，相關報導指出當前中國大陸電影作品仍存在品質參差不齊的情況，使得距離電影強國的目標仍有距離。不過根據中國經濟日報指出，2017 年中國大陸電影作品之品質已有所提升，去年票房排名前十之電影於中國豆瓣網平均分數為 6.04 分，較 2016 年 5.87 分進步，如去年票房冠軍《戰狼 2》以 7.2 分高於 2016 年票房冠軍《美人魚》的 6.9 分。另一方面，中國政協委員、藝人：成龍認為，部分香港電影人的作品「只是拍給香港人看」，缺乏宏觀視野，故未能走向國際的評論，引發相關的討論。

在出版產業方面，根據《第 14 次全國國民閱讀調查報告》顯示，2016 年中國大陸成年國民數位閱讀方式 (網路線上閱讀、手機閱讀、電子閱讀器閱讀等) 的觸及率為 68.2%，較上一年度成長 4.2%，而在數位閱讀使用者中有 51.2% 的人傾向購買電子書。根據《2017 年度數字閱讀白皮書》顯示，2017 年中國大陸數位閱讀市場規模達到 152 億元人民幣，較同期成長 26.7%，2017 年中國大陸數位閱讀者數量達到 784 萬，同期成長 30.2%，2016 年、2015 年的同期成長幅度分別為 25.4% 和 23.5%。此外，2017 年中國大陸數位閱讀使用者規模達到 3.78 億人，同期成長 13.37%。其中，中年人佔 27.3%，成長 8.8%；老年人佔 1.2%，成長 0.5%，而 2017 年中國大陸人均閱讀圖書數量方面，電子書達到 10.1 本，紙質書達到 7.5 本。從上述可知，網路或數位閱讀當前已逐漸成為中國大陸出版產業的主流，亦可能是泛娛樂內容產業 IP 發展的源頭。根據掌閱科技 (掌閱文學) 指出，其 2017 年全年發放稿酬超過 3 億人民幣，年電子收入超過 100 萬人民幣的作家超過 40 名；閱文集團 2017 年之總收入達 41 億元人民幣，較 2016 年成長 60.2%，毛利潤由 2016 年 11 億元成長至 2017 年 21 億元人民幣，成長 96.8%。而作為當前 IP 產業的源頭，掌閱文學將啟動有聲讀物、漫畫，透過 IP 銷售結合自主開發打造至少 10 個高品質影視專案；閱文集團 2017 年版權運營業務收入則達 3.66 億元人

民幣，同期成長 48%。除上述二家企業外，阿里文學、百度愛奇藝文學、騰訊 QQ 閱讀、微信讀書亦緩步發展中。

遊戲產業方面，根據《2017 年中國遊戲產業報告》顯示，2017 年中國遊戲市場營收達到 2,036.1 億人民幣，同期成長 23%，遠超過同期電影票房的 559.11 億元。而在 Google Play 韓國區當中，在暢銷排行榜前 20 名有 16 款中國國產手遊，2017 年銷售額達 1,965 億韓元，同期成長 74%。而從近年來的 ChinaJoy (中國國際數碼互動娛樂展覽會) 可發現到電競產業的崛起，2017 年上海市頒布「文創 50 條」，鼓勵投資興建電競賽事場館、重點支持建設或改建可承辦國際頂級電競賽事的專業場館、規劃建設多個特色體驗館，從中也讓影視產業看見電競 IP 所帶來的商機，亦因遊戲產業的快速發展，使得各大遊戲相關業者紛紛高薪尋求頂尖人才。

當前中國政府對於「振興鄉村」、「青年下鄉」相關政策有所著力，結合文化與鄉村觀光試圖將中國鄉村的好風景變成好「錢景」，並將相關的收入投入在鄉村建設、傳統工藝的傳承，並為年輕人創造下鄉工作的機會。中國國家發改委等四部委聯合發布《關於規範推進特色小鎮和特色小城鎮建設的若干意見》，在原來發改委發布的《關於加快美麗特色小(城)鎮建設的指導意見》基礎上，確立特色小鎮與特色小城鎮兩個發展架構。今年 2 月，中國亦發布改革開放以來第 20 個指導「三農」工作的中央一號文件，其中多次提及鄉村旅遊。在歷經年發展，2017 年中國鄉村旅遊市場規模已達 25 億人次、1.4 萬億元人民幣。

在文化消費方面，中國大陸今年第一季最終消費支出佔經濟成長貢獻達 77.8%，文化與餐飲旅遊、文化娛樂消費持續成長。根據中國國家統計局資料顯示，同季網路零售額達到 19,318 億元人民幣，同期成長 35.4%；實物商品網路零售額為 14,567 億元人民幣，同期成長 34.4%，高於社會消費品零售總額 24.6 個百分點，占社會消費品零售總額 16.1%，其中，文化、健康、旅遊消費增長快速，圖書音像、文化辦公用品和中西藥品銷售額增速均超過 50%。另一方面，由騰訊研究院發布的《中國「互聯網+」指數報告 (2018) 》顯示，2017 年中國數位經濟體量較 2016 年成長 17.24%，為 26.70 萬億元，數位經濟占國內生產總值比重也由 2016 年 30.61% 上升至 2017 年的 32.28%。

關於中國大陸文化管制施政上，因應中國國家新聞出版廣電總局祭出的「限娛令」，《中國有嘻哈》節目改為有正向意義的《中國有說唱》；惡搞中共紅色經典及英雄人物、低俗網路遊戲、淫穢網路表演、未要求實名的網路消費已調查網路經營單位 7,858 家次，偵辦了 214 件案件；盤查手機直播 App 4,939 款，下架移除手機表演平臺 370 款，並為強化智慧財產權保護實施「劍網」行動，2017 年已盤查 6.3 萬個網站，關閉 2,554 個侵權盜版網站，刪除 71 萬條侵權盜版鏈接。根據中國版權協會版權監測中心資料顯示，目前中國常見的 5,576 個疑似侵權視頻網站共有 6,630 個網站服務器 IP 地址，來自境外的伺服器高達 82.05%。

表 5-3 中國大陸文化產業情勢動態(02/21 ~ 04/20)

標題	來源	日期
日本：民眾樂見樂享中國文化	經濟日報（中國）	2018/02/22
有一種中國文化叫「年味兒」—古巴留學生蘇哲的除夕	新華網	2018/02/23
中國春節 世界五百餘城同歡樂	人民日報	2018/02/23
春節文化走向全球 世界多地亮起「中國紅」	中國網	2018/02/23
中國風融合當地文化「歡樂春節」精彩全球	中國新聞網	2018/02/23
2018 年悉尼中國新年燈會開幕	人民網	2018/02/24
張藝謀：北京八分鐘凝聚科技力量 彰顯文化自信	中國新聞網	2018/02/26
盛大遊戲董事長王佶：遊戲成新文化產業龍頭	中國新聞網	2018/02/26
倫敦舉行中國新年慶典 中華文化閃耀英國舞臺	中國新聞網	2018/02/26
「一帶一路」中國太極文化世界行活動走進維也納	新華網	2018/02/27
從鄉愁出海到文化出海 天貓盼連接中國文化與世界	中國新聞網	2018/02/27
中國赴南蘇丹維和步兵營舉行「展望和平 2018」文化交流活動	新華網	2018/03/02
吉爾吉斯斯坦中國文化周活動受歡迎	新華網	2018/03/03
「彰顯泱泱大國風範」！中國政協委員：領導人帶頭穿漢服	自由時報	2018/03/03
稱再無中國與香港電影之分 成龍：只有一種電影叫做中國電影	立場新聞	2018/03/06
政協文藝界委員熱議中國文化「走出去」	新華網	2018/03/07
駐馬達加斯加使館舉辦慶祝國際婦女節「中國文化與美食之旅」主題活動	中華人民共和國外交部	2018/03/07
傳播中國文化「芳香」的法國博物館館長	新華網	2018/03/08
中國停發領隊證 賴揆痛批：31 項政策「惠臺」，停發領隊證「害臺」	風傳媒	2018/03/09
委員熱議中國文化如何走出去 要有思考、重實效	北京晚報	2018/03/10
文化「走出去」盜版難題怎麼破？加強海外知識產權保護	新華網	2018/03/10
中國書法家協會主席蘇士澍：漢字是中國文化自信中的自信	橙新聞	2018/03/14
文化遺產工作的體系化成果	中國文化報	2018/03/14
讓中國文化鮮活起來—記英國瑞雅中文學校的一堂漢語課	人民日報	2018/03/15
書香詮釋中國—記第二屆英國「華文書香」文化節	新華網	2018/03/16
洛杉磯學生親身體驗中國文化 中文越來越受青睞	中國新聞網	2018/03/16
中國藝術家陳玉樹：讓古典木作成為中國文化的載體	中國新聞網	2018/03/18
中國文化和國際教育交流中心孔子課堂成立三週年活動在比陀舉行	人民網	2018/03/20
進一步擴大中國文化影響力	中國教育報	2018/03/20
景德鎮陶瓷大學校長寧鋼：讓陶瓷文化異彩閃耀「一帶一路」	中國經濟網	2018/03/20
災民堆裡的丁字褲衩 - 評中國國家畫院巴黎水墨人物展	法國國際廣播電臺	2018/03/20

標題	來源	日期
中國公布改革方案，加強黨對文化外交等領域控制	紐約時報中文網	2018/03/22
文化和旅遊部組建 領導班子成員名單公布	人民網	2018/03/22
連姆尼森故宮「朝聖」 被中國文化圈粉	北青網	2018/03/22
塞內加爾中塞友誼學校舉辦「中國文化日」活動	中國僑網	2018/03/22
中國版木馬屠城記—《假孔子之名》揭文化統戰陽謀	自由時報	2018/03/25
捷克第一所高校孔子課堂揭牌 成瞭解中國文化窗口	中國新聞網	2018/03/27
郭德綱出任澳國家博物館中國文化大使	人民網	2018/03/29
只因惡搞中共紅色經典 陸罰多家影音網站	中央通訊社	2018/04/02
中國徹查「網路文化」 出動 1.2 萬人次偵辦	自由時報	2018/04/04
俄羅斯克里米亞將開設中國文化信息中心	透視俄羅斯	2018/04/07
中國文化和旅遊部正式掛牌	北京日報	2018/04/09
用中國工藝講好中國故事，景泰藍入選博鰲亞洲論壇官方用禮	中國新聞網	2018/04/09
中國文化交流團在肯尼亞舉辦畫展和時裝秀	新華網	2018/04/09
迎政策春風 北京老舊廠房加速新生	中國經濟時報	2018/04/09
完善文化管理政策 激發網遊市場活力	中國經濟時報	2018/04/09
國務院發布《知識產權對外轉讓有關工作辦法（試行）》	經濟日報（中國）	2018/04/09
網易雲音樂的版權監管難題和解題	北京商報	2018/04/10
網路文學平臺稿費破億 作家收入拉開距離	北京晨報	2018/04/10
文化成旅遊業發展新動能 機構看好 3 支績優概念股	證券日報	2018/04/10
鄉村文化振興離不開年輕人參與	中國文化報	2018/04/10
古村旅遊開發要留住「老味道」	農民日報	2018/04/10
夯實產業「地基」 特色小鎮建設步入「理性」階段	中國產經新聞網	2018/04/10
一季度中國電影市場票房達 202 億元 同比增長近 40%	中國文化報	2018/04/10
廈門「十八條」措施扶持文化產業發展 重點關注影視產業	經濟日報（中國）	2018/04/10
多地打響鄉村振興戰略「第一槍」	經濟參考報	2018/04/10
從樂視影業到樂創文娛：走出樂視陰影 抱緊融創大腿	時代周報	2018/04/10
如何讓代表中國文化形象的文藝作品真正走出去	人民論壇網	2018/04/11
2017 中國電競規模近 800 億元 相關機構 80% 集中在上海	文匯報	2018/04/11
文化和旅遊部體制改革工作領導小組會議在京召開	中國文化報	2018/04/11
新經濟新前景：泛娛樂時代到來？	工人日報	2018/04/11
「濃縮書」引讀者熱議：是讀書捷徑還是碎片化閱讀	深圳商報	2018/04/11
鄉村旅遊面臨「成長的煩惱」 需靠品牌上臺階	人民日報	2018/04/11
遊戲行業發展快 高薪尋求精尖人才	中華工商時報	2018/04/11
文化+旅遊融合 要成為萬億大產業	西安日報	2018/04/11
發改委：新興消費 成經濟發展主動力	經濟參考報	2018/04/11
楊麗萍談《平潭映象》：打造臺海文化舞劇 重拾民俗文化	中國新聞網	2018/04/11
網路遊戲「外掛」涉嫌多種違法	北京日報	2018/04/11
微型書屋提供新書 方便讀者隨借隨還 讓閱讀無處不在	北京日報	2018/04/11

標題	來源	日期
讓中國文化促進世界合作共贏	光明日報	2018/04/12
中國童書的三個「增長極」	人民日報	2018/04/12
米蘭中國文化中心展出華人國畫作品 傳遞海外中華情	中國僑網	2018/04/12
中英電視人牽手邁向「創意春天」	中國文化報	2018/04/12
微信 QQ 將暫停短視頻外鏈直播	北京商報	2018/04/12
玩轉電競 IP 現實和奇幻缺一不可	廣州日報	2018/04/12
時尚的內核離不開文化傳承	文匯報	2018/04/12
摒棄「門票經濟」是大勢所趨	工人日報	2018/04/12
國家藝術基金「四川隊」出爐	四川日報	2018/04/12
北京進一步加大對外開放力度 鼓勵外商投資旅遊業	經濟日報（中國）	2018/04/12
《2018 中國電視劇產業報告》發布：持續提質減量呈現良性發展態勢	中國產經新聞網	2018/04/12
網路綜藝如何困中求變？快餐娛樂引發惡性循環	人民日報	2018/04/12
全球模式市場來了中國原創節目團隊	光明日報	2018/04/12
紀念馬克思誕辰 200 周年，德中聯合將舉辦系列文化展	新京報	2018/04/13
黃雋：藝術品財富管理前景可期	經濟參考報	2018/04/13
報告：我國數字經濟體量達 26.7 萬億	經濟參考報	2018/04/13
江西文學藝術基金將成立	中國文化報	2018/04/13
伯鴻書店：老字號的新名片	人民日報	2018/04/13
文化和旅遊部為何關注這場西部的鄉村馬拉松？	新華網	2018/04/13
國家統計局：文娛消費升溫 服務型消費漸成熱點	經濟日報（中國）	2018/04/13
中國真的沒嘻哈了！節目改名《新說唱》 只准唱正能量	自由時報	2018/04/14
英國高價拍出虎蓋 中國流失文物「歸還」再引爭議	BBC 中文網	2018/04/14
「用中文理解中國」—漢語學習在印度悄然升溫	新華網	2018/04/14
「2018 中國當代藝術月」在悉尼中國文化中心開幕	人民網	2018/04/15
「把中國文化種到巴黎」—記巴黎中國文化中心舉辦第二期評劇培訓班匯報演出	人民網	2018/04/15
中國作為主賓國參加第十屆墨西哥城國際友好文化博覽會	新華網	2018/04/16
網路「造船」掀文化出海熱	人民日報	2018/04/16
80 後帶著 90 後，打造中國動畫「超級英雄」	文匯報	2018/04/16
國家新聞出版署（國家版權局）、國家電影局揭牌	新華網	2018/04/16
中國興起「廁所革命」？日本「廁所外交」又打什麼算盤？	關鍵評論	2018/04/17
2018 寧波文博會簽約總金額超 70 億元	人民日報	2018/04/17
中國手遊 16 款入圍韓國谷歌手機遊戲暢銷榜前 20 名	人民日報	2018/04/17
白皮書：2017 數字閱讀市場規模達 152 億元 供需雙增長	經濟日報（中國）	2018/04/17
中國文化部針對《叛逆性百萬亞瑟王》《荒野行動》等 50 款遊戲內容進行集中審查	巴哈姆特電玩資訊站	2018/04/18
拉緊中朝友誼的文化紐帶—記中國藝術團訪問朝鮮之行	新華網	2018/04/18
大陸嚴控網遊 騰訊哭了 股價跌破 400 港元	鉅亨網	2018/04/18
兩岸業界指「數字中國」為臺版書「登陸」帶來契機	中國新聞網	2018/04/18

標題	來源	日期
中國影視產業發展報告(2018):電影市場呈現先抑後揚態勢	經濟日報(中國)	2018/04/18
網路文學哪些業務最有「錢景」	中國新聞出版廣電報	2018/04/18
北京老舊廠房挖掘文化價值 變身「文創樂園」	經濟日報(中國)	2018/04/18
北京成立首個藝術電影放映聯盟 每周至少兩部藝術電影	北京日報	2018/04/18
先追劇,再攻心 中國打文化戰,臺灣能反擊嗎?	天下雜誌	2018/04/19
「中國旺·世界旺—中國藝術名家作品展」亮相紐約時報廣場	人民網	2018/04/19
「清新福建·感受澳門」閩澳聯合旅遊推廣活動在悉尼舉行	人民網	2018/04/19
第七屆中國工藝美術大師評選順利舉辦 工藝美術新晉狀元上海登科	人民網	2018/04/19
盡顯中國美 「旗袍文化月」舊金山登場	金山在線	2018/04/19
中國設計產業進入快速成長期 中國成全球最熱市場	經濟日報(中國)	2018/04/19
新供求關係正改變中國電影市場格局	光明日報	2018/04/19
中國展臺首次亮相保加利亞國際文化旅遊博覽會	新華網	2018/04/20
中國 4 個項目被正式列入全球重要農業文化遺產名錄	新華網	2018/04/20
把圍棋打造成為世界通行的中國文化名片	中國體育報	2018/04/20
龍舟遇湘綉 中華龍舟大賽文化主題系列活動啓程	中國龍舟協會	2018/04/20
迎接中新旅遊年 新西蘭中國文化中心中文教學將開設「流動課堂」	人民網	2018/04/20
米蘭中國文化中心推出青花瓷元素主題服飾展	中國僑網	2018/04/20
中國留學生作品展亮相 2018 意大利米蘭設計週	中國僑網	2018/04/20
克里姆林宮迎來中國明代文物主題展	人民日報	2018/04/20
文化和旅遊部副部長李金早:詩和遠方本應走在一起	新華網	2018/04/20
世界古都論壇開幕 20 餘國專家探討古文明講述新故事	中國新聞網	2018/04/20
發展中國交響樂學派正逢其時	人民日報	2018/04/20
東埔寨文化瑰寶首次「相約北京」	人民網	2018/04/20
互聯網助推中華優秀傳統文化煥發新生機	中國青年網	2018/04/20
中國藝術吸引外國客:好奇成熟愛 越學越懂中國	人民日報	2018/04/20
學中文正成為非洲大陸的時尚	新華網	2018/04/20
將加快建立國家層面知產案上訴審理機制	法制日報	2018/04/20
藝術影廳聯盟彌合商業和藝術的分野	光明日報	2018/04/20
商務部:一季度文娛服務消費呈現品質化、細分化趨勢	經濟日報(中國)	2018/04/20
報告:超六成受訪者認為閱讀是「生活必需」	中國新聞網	2018/04/20
眾編劇談類型電影:喜劇綜藝或影響中國喜劇電影未來	經濟日報(中國)	2018/04/20
傳承工匠精神 新手工藝助力鄉村振興	經濟日報(中國)	2018/04/20
第八屆北京國際電影節電影市場簽約額 260.8 億元	經濟日報(中國)	2018/04/20

四、英國

近二個月 (02/21~04/20) 英國創意產業在整體產業方面的討論主要圍繞在整體產業政策、脫歐議題討論及跨國文化交流，而在各次產業動向方面，則是聚焦於遊戲產業、流行音樂產業及電視產業。

英國數位文化媒體體育部 (DCMS) 為刺激英國創意產業進一步成長，發布創意產業協議 (Creative Industries Sector Deal) 作為最新的產業策略，承諾政府與產業共同投入 1.5 億英鎊資金，專注於蓬勃發展英國領先世界的文化與創意企業。此協議主要包括三個面向，第一為發展具全球競爭性的創意群聚，英國各城鎮藉由申請規模達 2,000 萬英鎊的文化發展基金 (Cultural Development Fund)，投資該城鎮具潛力的創意與文化發展計畫；第二是專注於開發身臨其境技術 (immersive technology) 的研究與應用，儘管英國目前在身臨其境技術開發具領先地位，但為把握正在擴張的應用市場，英國政府宣布將投資超過 3,300 萬英鎊於包括虛擬實境電子遊戲、互動藝術展及擴增實境旅遊等應用的開發，致力於 2025 年達到全球市場份額翻倍的目標，預計產值將超過 300 億英鎊；第三則是由產業主導的創意技能培育計畫，英國政府將投入 200 萬英鎊於啟動創意職能規劃，預計 2 年後能推展至最少 2,000 所學校、6,000 名學生，以確保有足夠的創意人才支撐產業的持續發展。

在脫歐議題方面，則是討論失去申請歐盟資金的風險以及對英國版權、電影產業及出版產業的影響。根據英國藝術委員會 (ACE) 統計報告指出，平均每年英國藝術相關產業獲得歐盟超過 4,000 萬英鎊基金挹注，且多數藝術工作者擔心脫歐之後，將無法自由跨國交流，產業發展將因此受阻，呼籲脫歐協商重視英國藝術文化產業將面臨的損失。另外，根據歐盟委員會發布的文件指出，包括孤兒作品承認機制、歐盟數據資料庫取得等，英國將在脫歐後不適用上述歐盟適用原則，以及廣播電視公司也將不受益於原產國原則，相關版權將因此受影響。至於在電影產業方面，根據英國電協會 (BFI) 最新報告顯示過去十年來，英國電影產業累計獲得 2.984 億英鎊的基金挹注，BFI 認為英國脫歐若無法繼續取得歐盟基金，政府應該開發的替代方案，才能有助維持英國電影產業強大的資金框架。而脫歐對出版產業的影響，根據出版協會於倫敦書展提出觀點，政府應堅定支持 " 黃金標準 " 智慧財產權，並致力推動出版數位化，以為確保脫歐後英國出版產業仍維持全球自由貿易機會。

在跨國文化交流方面，英國文化協會為進一步拓展跨國合作交流，推出兼具包容與創意的經濟發展計畫 (Developing Inclusive and Creative Economies, DICE)，支持英國與巴西、埃及、印尼、巴基斯坦、南非等五個主要新興國家，結合社會企業和創意共同發展。除發展計畫，由英國 Pact 貿易協會舉辦的英中創意交流會於 3 月 14 日至 15 日舉行，與會者分享影視廣播相關業務結構與描繪未來市場餅塊，並討論英中策略聯盟及合作的機會。英國國際貿易部、獨立音樂協會及英國唱片協會 (BPI) 代表團於 4 月 10 日至 15 日參訪中國大陸，目的在於了解英國音樂產業在中國市場的合作發展可能性。另外，英國文化協會與英國國際貿易部之菲律賓貿易培訓中心於 4 月 17 至 19 日舉辦創意企業家研討會，透過經驗分享協助菲律賓創意企業家實現其商業理念。

在遊戲產業方面，英國遊戲學院 (British Game Insitute) 與國家家用遊戲機基金會 (National Videogame Foundation) 合併，成為一個致力於支持英國遊戲開發、促進遊戲文化發展的新機構。

在電視產業方面，英國廣播公司旗下新組織 BBC Studios，繼上月宣布於澳洲雪梨成立製作部門，BBC Studios 亦在中國北京開發新的合作產製機會，期以英國創造力及傑出的內容做為新組織的發展基石。

在流行音樂產業方面，英國電協會 (BFI) 發布 2018 音樂年鑑，統計資料顯示 2017 年英國音樂產業整體收入達 8.395 億英鎊，成長 10.6%，唱片公司創下 1995 年以來的最高收入成長率，最主要的成長動能來自於成長 9.5% 的音樂消費 (以專輯銷售評估)。觀察不同收入模式，其中訂閱串流收入從 2016 年的 2.39 億英鎊躍升至 3.47 億英鎊，成長率高達 45%，也就是說，Amazon 與 Apple 智慧喇叭，以及 Spotify 等串流服務的崛起，顯然促使訂閱串流服務增加，提高音樂產業收入。

表 5-4 英國文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期
Brexit impact reports—including an analysis of Creative Industries sector—are finally made public	the art newspaper	2017/12/24
British Games Institute cements UK cultural hub for video games	The Guardian	2018/02/21
BFI Flare 2018 full programme revealed	BFI	2018/02/21
European Union contributes £40m a year to UK culture	arts professional	2018/02/23
Arts Council England releases two reports on Brexit impact	Creative Europe Desk UK	2018/02/23
Creative industries fear tuition fees will kill supply of talent	The Guardian	2018/02/24
British music bible NME to print final issue, go online-only	Newshub	2018/02/25
Creative Cities Convention for the UK media industry announced for Spring 2018	pact	2018/02/27
Supporting Creative Europe' s future in the UK	Creative Europe Desk UK	2018/02/27
Home entertainment spending overtakes print sales for first time	The Guardian	2018/03/01
Southeast Asia/UK Creative Hub Exchange: Call for Participants	British Council.my	2018/03/05
UK Trade Mission aims to boost British Music in China	bpi	2018/03/06
Createch returns in 2018 to drive growth and partnerships	pact	2018/03/07
UK music industry to launch China trade mission	Music Week	2018/03/07
Culture Is Digital	gov.UK	2018/03/07
Channel 4 launches '4 All the UK'	cahnnel 4	2018/03/08

標題	來源	日期
UK eyes chance to help Saudi Arabia' s fledgling entertainment industry	arab news	2018/03/08
The True Value of Creative Industries Digital Exports	Creative Industries Federation	2018/03/13
Creative industries export £46bn worth of goods and services	CITYA.M	2018/03/14
Pact' s UK China Creative Exchange underway	pact	2018/03/14
Developing Inclusive and Creative Economies	British Council	2018/03/14
British Council Creative Enterprise Programme - East Africa 2018	opportunity desk	2018/03/14
Experimental Culture: A horizon scan for the arts and culture sector	nesta	2018/03/15
Media giant Wavemaker sponsors UK creative school to further content ambitions	MORE ABOUT ADVERTISING	2018/03/16
Wieden+Kennedy, Creature and 32 leading UK creative agencies pledge to pay staff, freelancers & interns a real living wage	Digital Art	2018/03/18
NEW OPPORTUNITY with LCR Activate to help grow your creative and digital business.	FACT	2018/03/19
Mayor announces shortlist for first-ever Creative Enterprise Zones	London.gov.uk	2018/03/20
Wakefield live events production facility expands with seven figure funding package	bdaily	2018/03/21
BBC commitments for BBC Studios-Worldwide merger	BBC	2018/03/23
UK film records strong 2017/2018 awards season, says BFI report	BFI	2018/03/23
European Union contributes £40m a year to UK culture	ARTS PROFESSIONAL	2018/03/23
Head of counterfeit CD selling gang that made over £4 million pounds jailed	bpi	2018/03/23
The screen sector after Brexit: the value of EU funding and the future of investment	BFI	2018/03/26
Government promises £150 million for creative industries in new sector deal	design WEEK	2018/03/28
U.K. Creative Industries Get \$212M Funding Boost to Strengthen Global Competitiveness	The Hollywood reporter	2018/03/28
UK government unveils £150m creative industries 'sector deal'	screendaily	2018/03/28
Creative Industries Sector Deal launched	GOV.UK	2018/03/28
Creative industries: Sector Deal (Policy Paper)	GOV.UK	2018/03/28
UK government launches £150m creative industries fund	The Drum	2018/03/28
Britain's Creative Industries Are A Crucial Part Of Our Future Economy	huffington post	2018/03/28
Creative Industry Sector Deal: Making UK creative industries great again	ukie	2018/03/28

標題	來源	日期
UK invests in 'immersive technologies' to boost creative industries sector	Out-Law.com	2018/03/28
£150m creative industries deal to provide boost to the UK's virtual reality sector	Chronicle Live	2018/03/28
UK government agrees £150m 'sector deal' for creative businesses	TVB EUROPE	2018/03/28
AHRC welcomes boost to UK creative industries through new sector deal	Art & Hmanities Research Council	2018/03/28
Govt to support UK' s creative & cultural businesses with £150m	The Manufacturer	2018/03/28
FACT, Open Eye and National Museums Liverpool receive Arts Council funding for project celebrating over 60s	FACT	2018/03/28
Creative industries sector deal announced	pact	2018/03/28
BBC unveils Diversity Code of Practice	BBC	2018/03/28
BPI welcomes Government's creative industries sector deal & its commitment to music	bpi	2018/03/28
UK makes major VR pledge in £150m Creative Industries Sector Deal	Digital TV europe.com	2018/03/29
UK Music welcomes new creative industry funding from UK government	CMU	2018/03/29
英國宣布向創意產業投資 1.5 億英鎊 遊戲公司或成最大受益者	北京新浪網	2018/03/29
A beautiful reflection of our global society': Vogue UK is applauded for diversity after the style bible features its first hijab-wearing model	dailymail	2018/04/01
2018 Lighting Technicians' Pay Increase	pact	2018/04/01
The consequences of Brexit on UK copyright	pact	2018/04/03
Newly created BBC Studios officially launches	BBC	2018/04/03
BBC Eyes Production Opportunities In China After \$1.9B Merger With BBC Worldwide Is Completed	DEADLINE	2018/04/03
UK Industrial Strategy - Creative Industries Sector Deal	shoosmiths	2018/04/06
Liam Fox on trade mission to US and Canada	dailymail	2018.04.09
BFI release report on EU investment in UK screen sector	Creative Europe Desk UK	2018/04/09
UK project selected for genre film training programme	Creative Europe Desk UK	2018/04/09
A £200k project to help young people celebrated its first year at The Point	Daily Echo	2018/04/10
Maintain and export our 'gold standard' IP rights regime to support world-leading UK publishing industry after Brexit, publishers urge	The Publishers Association	2018/04/10
Fastest growth in UK record label income since Britpop	bpi	2018/04/10

標題	來源	日期
UK music industry sees biggest revenue boom in decades thanks to Spotify, Amazon and Apple Turns out someone is making money from streaming	digital spy	2018/04/11
The BPI yearbook “All About the Music: 2018” is out now	bpi	2018/04/11
Published: Impact Report 2017	creative future	2018/04/13
GOVERNMENT AND CREATIVE INDUSTRIES COUNCIL ANNOUNCE LANDMARK SECTOR DEAL	sae institute	2018/04/13
Creative Europe Brexit update	Creative Europe Desk UK	2018/04/13
New Film & TV Support Line now live	pact	2018/04/17
Ex-Channel 4 boss Abraham launches advertising and production company	campaign	2018/04/18
Digital Catapult announces Augmentor programme to stimulate AR and VR investment in UK start-ups	Digital Catapult	2018/04/19
Creative Enterprise Programme in 2018	British Council	2018/04/19
NME launches second instalment of '#Lifehacks'	campaign	2018/04/20

五、美國

近期 (02/21~04/20) 美國新聞主要環繞於電影產業、流行音樂產業，以及整體藝術文化產業，其中亦包括博物館策展、時尚與設計領域的新動態。

首先針對整體藝術產業環境，根據美國國家藝術基金會(NEA)和經濟分析局(BEA)聯合的新研究指出，過去 20 年藝術相關行業平均每年為美國經濟增加 7,636 億美元的貢獻，並針對美國各州之藝術文化產業增長進行重點分析，彰顯藝術文化從日常生活到全國經濟發展的價值。另一方面，近月來從博物館展覽內容到各類藝術文化產業領域，持續探討藝術多樣性的議題，例如，紐約法院的一項裁決明確保障街頭藝術在文化遺產與藝術價值的地位，引起各界藝術家關注，將可能為美國街頭藝術開啟新的里程碑。

在電影產業方面，性別、種族等文化平權議題仍在電影產業延續，如奧斯卡金像獎頒獎典禮順利落幕，但在多樣性上仍備受爭議，亦可能反映某種好萊塢式的視角。另一項研究則指出美國 2017 年 100 部暢銷影片中的女性角色人數從前一年的 29% 下降到 24%，不過在有色人種的比例有略為攀升。而相關議題也使好萊塢薪酬問題成為關注焦點，目前可看到好萊塢行業轉型的風向與作為，如何持續致力於同工同酬則仍為長期課題。另一方面，Netflix 這兩年成為電影業界的新競爭者，近日甚至傳出將可能收購電影院的消息；今年 Netflix 雖不會帶任何電影到坎城影展，但將所有坎城影展的所有影片收入囊中，再次引發業界爭議。

流行音樂產業方面，RIAA 於 3 月所發布流行音樂產業收入數據顯示，2017 年流行音樂產業已完成新時代轉型，串流媒體成為最主要的收入來源，也顯示下一個收益模式將可能在數位廣播。該報告也發現有趣的地方，人為因素抗衡了數位串流媒體的急速拓展，例如人為收藏帶動唱片復甦。從最新動態來看，流行音樂產業近月關注於法案的推動。首先，由八個流行音樂產業重要組織發起，至 4 月初已有超過 300 位藝術家連署呼籲國會通過經典法案 (The CLASSICS Act)，期望解決現行版權法的漏洞。另一方面，美國眾議院司法委員會一致投票通過音樂現代化法案 (Music Modernization Act)，此法獲得美國政府兩黨的支持，後續受行政機關牽制的機會不高，其關鍵條款是為音樂詞曲作者建立市場化標準，可設定音樂費率、追蹤信用與分配版稅，未來將有效協助產業順應新時代發展。

表 5-5 美國文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期
Black Panther' Breaks More Box Office Records With \$21M Tuesday, \$263M Cume	Forbes	2018/02/21
Women in film: Bad news overall with bright spots for women of color, annual study shows	USA Today	2018/02/22
Facebook Now Has a Music Licensing Deal With a Major European Rights Company	complex	2018/02/22
Film Makers Look To Foreign Investors To Fund Independent Films	Forbes	2018/03/03
Oscars 2018: The Winners	New York Times	2018/03/04
Music streaming service Spotify files to go public, lost \$1.5 billion last year	CNBC	2018/03/05
Tennessee lawmakers tout bill to curb sexual harassment in music industry	tennessean	2018/03/05
Hollywood' s Brazen Self-Celebration at the 2018 Oscars	The New Yorker	2018/03/05
'End of iTunes?' : Leaked Apple email sparks fears over future of music downloads	Metro	2018/03/06
Arts and culture made more money in Colorado in 2015 than mining or the transportation industry, study shows	The Denver Post	2018/03/07
NYC taps design industry with 'Government x Design' master contracts	statescoop	2018/03/07
Retail, Fashion Industries Worried by New Trump Tariffs	WWD	2018/03/08
A LOOK BACK: 2017 PRODUCTIONS THAT PAID	MPAA	2018/03/08
AAP Pleased with Bipartisan Support of Marrakesh Treaty	AAP	2018/03/15
RIAA Releases 2017 Year-End Music Industry Revenue Report	RIAA	2018/03/22
Arts Industries Add \$764 Billion Per Year to the US Economy, Says a	artnet	2018/03/27

標題	來源	日期
Landmark New Study		
Arts Sector Contributed \$763.6 Billion to U.S. Economy—More Than Agriculture or Transportation, New Data Shows	artsy.net	2018/03/27
Art, music for USA Special Olympic Summer games in Seattle to have decidedly local flair	KOMO news	2018/03/28
Pair of paper tariffs could rip publishing industry	record eagle	2018/03/28
Hollywood Hopes to Cash in as Saudi Arabia Lifts Its 35-Year Ban on Movie Theaters	variety	2018/03/28
US feminist art activists at Art Basel Hong Kong bring their fight against sexism and racism to Asia	South China Morning Post	2018/03/28
The Gray Market: Why the Brooklyn Museum Hiring Controversy Shows We Need Structural Action on Arts Diversity (and Other Insights)	artnet	2018/04/02
89 Artists Add Names To Effort Calling On Congress To Pass The CLASSICS Act	RIAA	2018/04/03
Art scene keeps dollars moving in South Carolina	gsabusiness	2018/04/04
Spotify IPO heralds more hope for growing U.S. music industry	tennessean.com	2018/04/04
New Report: Global Entertainment Market Expands on Multiple Fronts	MPAA	2018/04/04
Book Publisher Revenue up Slightly Through November 2017	AAP	2018/04/04
Artists hope U.S. court ruling will help them defend street art	reuters.com	2018/04/05
Animal charities hit out at fashion's fling with FEATHERS - and say fans like Rita Ora and Charlotte Casiraghi are promoting an 'archaic practice'	dailymail	2018/04/06
In Music's New Era, Streaming Rules, But Human Factors Endure	Forbes	2018/04/08
Scripting a new story: Independent publishers carving a niche for themselves on the back of their varied offerings	financial express	2018/04/08
How Hollywood can continue to advance the equal pay conversation	CNN	2018/04/11
Netflix pulls all films from Cannes Film Festival in escalating dispute over treatment	USA Today	2018/04/11
Netflix Won't Bring Any Films to Cannes This Year	The hollywood reporter	2018/04/11
Music Modernization Act Approved by House Judiciary Committee; Steven Tyler, Execs Weigh In	Variety	2018/04/11
The Met Gala 2018: Leave your politics and religion at the door	CNN	2018/04/12
Tariffs and supply disruptions threaten US newspapers	review-journal	2018/04/12
US museums try animation, apps and augmented reality to woo visitors	Borneo Bulletin	2018/04/14

標題	來源	日期
VRLA, The Largest AR/VR Conference In The US, Opens May 4th	Forbes	2018/04/17
Your favorite podcasts are being adapted for TV	CNN	2018/04/18
Brand USA partners with Spotify to let travelers experience the country through its musical styles	The Drum	2018/04/19
How the New LED Cinema Screen Could Change Filmmaking and Moviegoing	The Hollywood reporter	2018/04/20
Disney Family Museum to Offer 'Nine Old Men' Exhibit	animationmagazine	2018/04/20
Experience the power of Virtual Reality in the entertainment industry with CEEK and blockchain technology	globalcoinreport.com	2018/04/20
Netflix may buy movie theaters in hopes of scoring some Academy Awards	digital trend	2018/04/20

六、新加坡

近兩個月 (02/21~04/20) 新加坡文化產業情勢動態，主要聚焦於藝術工作者權利、電影產業、流行音樂、文化平權及文化資產等探討。

藝術工作者權利，根據新加坡文化、社區及青年部 (MCCY) 於 2016 年針對藝術與文化就業調查的數據顯示，新加坡當地藝術工作者有近一半屬於自營工作者、獨立藝術家等。而為保護藝術工作者的權利 MCCY 預計將針對文化藝術領域的自營工作者制定支援框架，推出勞資政三方標準，此標準將有助於為自營工作者訂定合理、公平的勞動合約，以解決薪資報酬等問題。此標準將先從新加坡國家藝術理事會 (NAC) 與國家文物局率先採用，後續將持續推廣、應用至其他民間團體與機構。另外，MCCY 也將成立全國資源中心，辦理藝術工作者職涯培訓活動，並提供自營工作者個人權利、職業發展及財務管理等資訊與服務。

電影產業部分，新加坡議會於 2018 年 3 月通過《電影法》修法，本次修法主要可分兩部分，首先，放寬訊息通訊媒體發展管理局 (IMDA) 調查違反《電影法》中非法影片的權力，最終版本 IMDA 將此擴大搜索權力限縮在具“嚴重犯罪”的違法行為中 (如涉及禁播的電影與無牌電影公開展覽等)，且須為經過培訓的調查人員才可進行搜索。其次，修正電影內容的分級認定，IMDA 為落實電影內容分級與監管措施，未來將由培訓的內容評估人員，進行電影分級，確保電影片符合內容分級標準。另外，IMDA 也將評估電影片是否違反國家安全的權責由以往電影上訴委員會 (FAC) 轉由 IMDA 部長進行決定，而此修正案部分新加坡電影人認為將可能導致電影業者會自我審查作品或限縮電影的創作空間。

流行音樂產業，為提升民眾對於新加坡流行音樂的關注與支持，國家藝術理事會（NAC）透過數位科技來推動當地流行音樂產業，因此在4月份時推出與音樂媒體公司Bandwagon合作網路平台-Hear65，以推廣當地流行音樂為主軸，平台內包含各語言、年代的新加坡音樂作品，且民眾可進行線上評論等在線互動，後續也將持續與公民營單位合作，推動新加坡流行音樂產業的發展。

文化平權，為使年長者、殘疾人士及孩童均可參與、體驗藝術活動，國家藝術理事會（NAC）持續與綜合護理機構（AIC）合作，將藝術融入社區護理機構之中，促進年長者福祉。另外，關懷藝術基金（WeCare Arts Fund）也持續與社區發展委員會（CDCs）合作，未來兩年內將挹注100萬新幣的經費，以支持社區服務組織與藝文組織的合作。

文化資產，新加坡新首次制定文化遺產計畫，此為全面性的國家總體規劃政策，主要是在保護和促進新加坡的遺產建築、文化藝術品及傳統習俗、音樂乃至食物等。根據新加坡國家文物局於2018年4月公告首波新加坡非物質文化遺產包含南音、武術、清明祭祖儀式及小販文化等多元類型。

表 5-6 新加坡文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期
妝藝新加坡文化歡騰奇想	新加坡聯合早報	2018/02/22
Move to raise teaching standards at Han Culture & Education	The Straits Times	2018/02/22
【流行挖哇 WOW】本地華語原創音樂 在哪裡可看到現場演出？	news8	2018/02/24
電影「殺手不笨」將開拍 9成在台中取景拍攝	今日新聞	2018/03/01
Netflix acquires worldwide rights to Singaporean filmmaker's creative odyssey film	The Drum	2018/03/01
新加坡文創的挑戰	新加坡聯合早報	2018/03/04
週末好去處：復活節適逢藝術月，看 ART CENTRAL 2018 行為藝術	Bazaar	2018/03/07
政府將撥 6600 萬元推行“新加坡文化遺產計劃”	新加坡聯合早報	2018/03/08
政府會檢討文學 表演 視覺藝術領域措施 制定發展策略	news8	2018/03/08
文化社區及青年部 制定藝術自由工作者支援框架	news8	2018/03/08
為藝術工作者推出勞資政標準和資源中心	新加坡聯合早報	2018/03/08
【新加坡藝術家】從街頭找到靈魂 Sam Lo 來港 Art Central 展出	香港 01	2018/03/09
First heritage blueprint for Singapore to preserve culture	the Newspaper	2018/03/09
“照亮濱海灣”燈光藝術展 今晚拉開帷幕	news8	2018/03/09

標題	來源	日期
你能聽懂 Singlish 嗎?	德國之聲	2018/03/11
【塗鴉在博物館】Banksy、JR……一眾塗鴉大師走入新加坡的藝術館	香港 01	2018/03/15
新加坡在 2018 香港國際影視展播映時長超過 400 小時的精彩影視作品	PChome news	2018/03/19
Changes to Films Act extending IMDA's powers passed in Parliament	Channel NewsAsia	2018/03/21
Parliament passes changes to Films Act, expanded powers given to IMDA officers	TODAYonline	2018/03/22
民情聯繫組調查：八成國人支持立法 制止散播假新聞	news8	2018/03/26
為“新加坡文創大賽”做視頻 義安理工學生對多元文化有新認識	新加坡聯合早報	2018/03/27
新加坡舉辦戲曲胡姬花獎評選活動	新華網	2018/03/28
Give free rein to art and culture in civic spaces	The Straits Times	2018/04/01
新加坡國際藝術節呈現 40 多項節目	新加坡聯合早報	2018/04/02
何雪芬：賦格的藝術	新加坡聯合早報	2018/04/03
SCDA Architects to helm Singapore Art Museum's \$90m revamp	The Straits Times	2018/04/03
Be Singapore's next classical music prodigy with Symphony 924's Young Talents Project	Channel NewsAsia	2018/04/05
國家文物局今早公佈新加坡首 50 個非物質文化遺產的名單	新加坡聯合早報	2018/04/07
國家文物局：小販文化榮登非物質文化遺產名單	news8	2018/04/07
配合文化遺產節 裕廊露天停車場化身“電影院”	news8	2018/04/07
用生命奏出完美樂章	新加坡聯合早報	2018/04/08
三輪車帶你穿街走巷遊獅城	新加坡聯合早報	2018/04/09
第五屆新加坡華語電影節 主打香港金像獎得獎片	新加坡聯合早報	2018/04/14
新傳媒年度新聞大獎 共頒發五獎項	news8	2018/04/20
國家博物館和建屋發展局舉辦展覽 探索本地遊樂場百年歷程	news8	2018/04/20