

109 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
樓

24219 新北市新莊區中平路39 號南棟13

電話 02-8512-6000

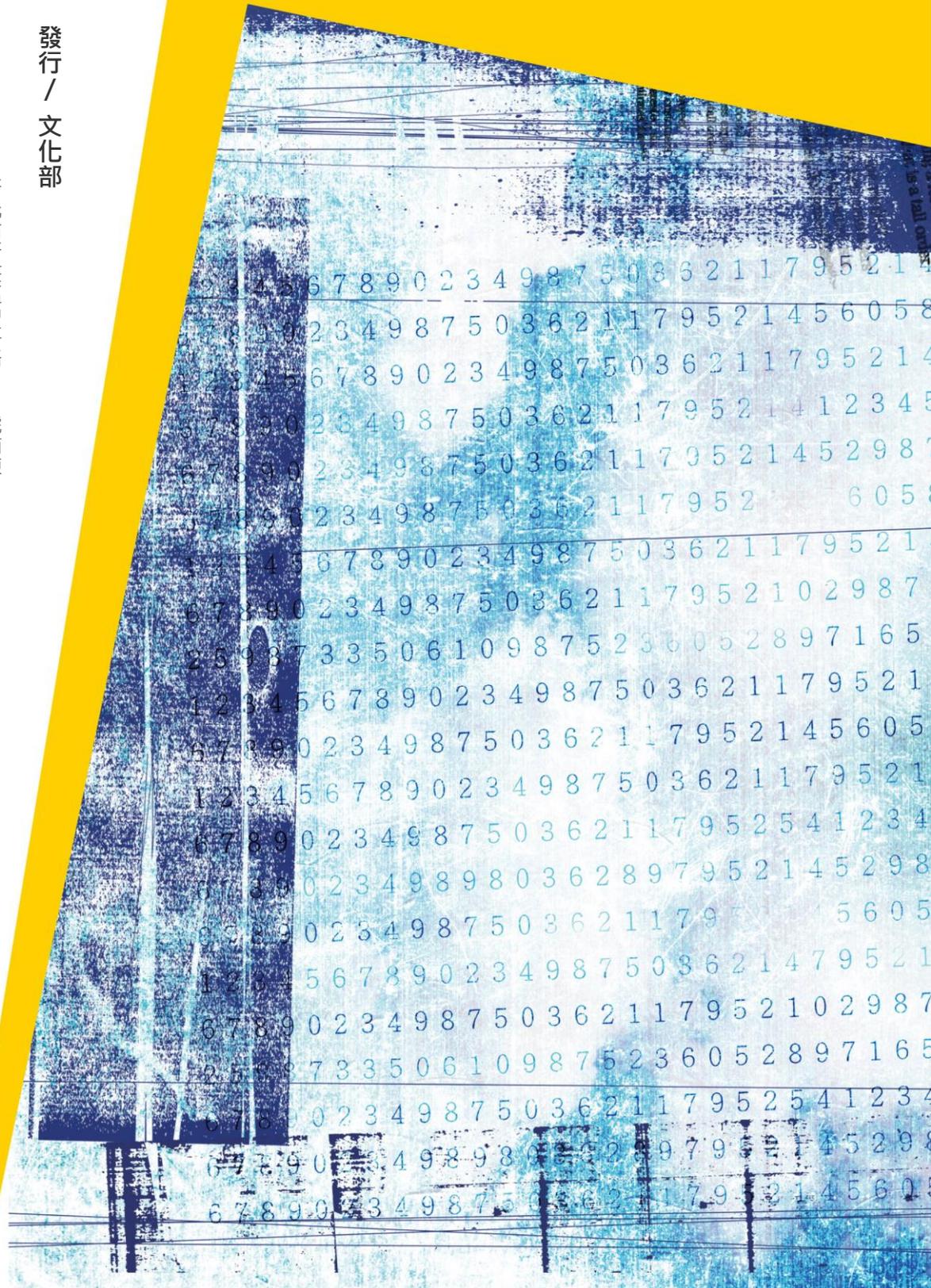
網址 <http://www.moc.gov.tw/>

編撰 / 財團法人台灣經濟研究院

10461 台北市德惠街168 號7 樓

電話 02-2586-5000

(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、全球電影產業的未來發展趨勢.....	7
二、澳洲表演藝術因應疫情之補助調整與推廣措施.....	11
三、從重建巴黎聖母院觀察法國文化資產重大災害應變措施及做法.....	15
第貳部分、市場觀點.....	20
一、【電影】電影產業於 COVID-19 疫情下與後疫情時代的發展變化：專訪瀚草影視 湯昇榮總經理.....	20
二、【表演藝術】從後疫情時代下看我國表演藝術變化：專訪臺北藝術大學藝術行政與管理研究所 于國華所長.....	23
三、【文化資產應用及展演設施】博物館在「後疫情時代」的未來想像：專訪國立故宮博物院 謝俊科副處長.....	26
第參部分、專家論壇.....	29
以文創內容做為觀光旅遊發展模式之探討 / 張重金助理教授.....	29
第肆部分、國家專題.....	34
中國大陸武漢（新冠）肺炎疫情對於文化企業之衝擊概況與因應措施.....	34
第伍部分、重要國家文化產業情勢動態.....	42
一、日本.....	42
二、韓國.....	48
三、中國大陸.....	53
四、英國.....	65
五、美國.....	70
六、法國.....	75

表目錄

表 1-1	保護修復巴黎聖母院之特別法案內容摘錄.....	15
表 5-1	日本文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	43
表 5-2	韓國文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	49
表 5-3	中國大陸文化產業情勢動態(02/21 ~ 04/20).....	55
表 5-4	英國文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	66
表 5-5	美國文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	71
表 5-6	法國文化產業情勢動態(02/21~04/20).....	76

圖目錄

圖 1-1	澳洲現場表演藝術市場概況.....	11
圖 3-1	創作人、地方、旅客所組成的產業循環三角關係圖 (アニメーターリズムのためのトライアングル・モデル (「地域」「製作者」「ファン (旅行者)」の三者間の関係性の構築モデル))	31
圖 4-1	受訪文化企業所屬類型.....	36
圖 4-2	受訪文化企業規模概況.....	36
圖 4-3	受訪文化企業受疫情影響程度.....	36
圖 4-4	受訪文化企業受疫情影響的具體壓力表現 (百分制)	37
圖 4-5	受疫情波及之受訪文化企業直接經濟損失概況 (人民幣)	37
圖 4-6	與去年同期相比之受訪文化企業預估疫情對全年營收之影響	38
圖 4-7	計畫進行員工裁減之受訪文化企業比例	38
圖 4-8	文化企業對相關輔導獎勵政策的期待值 (百分制)	38
圖 4-9	受訪文化企業對財稅金融措施的期待值 (百分制)	39
圖 4-10	受訪文化企業抵銷疫情衝擊之創新作法	39
圖 4-11	各類受訪文化企業之未來信心指數概況 (百分制)	39

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、全球電影產業的未來發展趨勢

哥德堡電影節 (Göteborg Film Festival) 主辦單位於今年 2 月發布了《The Nostradamus Report》, 此份報告主要是透過產業專家與研究的看法預測 3 年 ~ 5 年後的全體而言, 未來影視產業的重點將著重於「創造力」, 預期將有更多的資金投入於腳本內容的創作, 以創造出影視產業的藝術高峰。過去曾預測過的電視數位化轉型、內容跨文化以及電影、連續劇與線上電影等類別的影像作品越來越重疊, 但同時又有各自獨特的優勢等三項預測都已成為影視產業的現況。2020 年《The Nostradamus Report》將以 7 個主題預測全球影視產業的發展, 分別為超越 50 / 50 的多樣性、串流大戰之後、藝術電影的發展、從《愛爾蘭人》看窗口期的趨勢、製作熱潮下人才與獨立性的隱憂、數據的洞察力以及新影像技術以及新世代帶來新景況, 其中本文將聚焦於與電影產業相關的未來發展, 並進行說明。

(一) 超越 50 / 50 的多樣性

從現在起的五年內, 影視產業的各項決策過程將更接近性別平等, 且未來也將看到性別平等意識提高與相關活動的實際效果, 例如: 婦女和少數族裔擔任重要職務, 不過, 未來要進一步面對系統性或是內在性偏見將較為困難, 因此, 若要解決此問題, 需要長期性的介入產業的招聘管道。以挪威電影學院的為例子, 挪威電影學院的策略是在 2020 年達到 50/50, 而挪威在 2018 年即實現該目標。NFI (Norwegian Film Institute, 挪威電影學院) 的傳播、策略與國際關係主管 Stine Helgeland 表示挪威是透過執行性別平等的行動計畫 (開發與製作資金的分配額度等) 以在所有內容中 (除遊戲以外) 實現 50 / 50 的目標, 他認為為了實現平等必定需要政治行動的支持。以目前影視產業的性別比例結果而言, 多是過去停滯不前的發展所導致的, 但跟過去相比, 近期將較為容易快速地觸碰到性別平衡的天花板。

(二) 串流大戰之後

從現在起的五年內, 串流媒體市場將先擴大後縮小, 並不會有單個內容提供商位於市場的主導地位, 各平臺將會進一步整合。此外, 蘋果、Google 將主導操作系統設備, 而 Amazon 則將加入操作系統設備市場。Sofa Digital 的創辦人兼執行長 Fabio Lima 表示串流之戰使各平臺在差異很大的領域中, 爭奪相同的目標。造成如此複雜的關係, 是源自於主要競爭對手 (Netflix、Disney、Amazon、Google 以及 Apple 等) 皆有不同商業模式所致。而 Google 與 Apple 間戰爭將建立在生態系統水平之上, 消費者使用 Google 或 Apple 的基礎設備從事數位服務將成為決定輸贏的關鍵。

另外, 付費訂閱服務將不再那麼突出, 因多數大眾為了方便將選擇內容組合包。YLE (Yleisradio Oy, 芬蘭廣播公司) 的觀眾觀察負責人 Susanna Snell 表示青少年會因為

已看過平臺所有內容而轉往其他平臺、年輕人會交換或共享帳號以及中年觀眾會定期更改訂閱方案等已成為趨勢之一。

廣告支持的串流媒體將特別重要，特別是針對傳統的廣電品牌。YLE 的觀眾觀察負責人 Susanna Snell 表示廣告資助已在印度與中國等市場占據主導地位，並愈趨重要。AVOD (Advertising video on demand，廣告型隨選視訊服務) 比較容易受到具「訂閱疲勞」的觀眾歡迎，而且 AVOD 也比較不會像是 SVOD (Subscription video on demand，訂閱型隨選視訊服務) 一樣，受到家庭經濟波動所影響。

(三) 藝術電影的發展

從現在開始的五年內，長片電影正處於創作熱潮。在獨立藝術空間中，觀眾正在回應一種敘事驅動、內在的、審美提升的新風格，而此種風格通常帶有政治色彩。Totem 的共同創辦人 Bérénice Vincent 表示《寄生上流》就是很好的例子，《寄生上流》帶來了個人與政治情感的結合，同時又透過導演的強而有力視覺表演與高強度的敘事性，為電影產業中的藝術電影帶來新的高點。

賣座強片往往具有卓越的品質，且通常可繼續保持自有的傳播溝通策略；然而即使藝術電影找到新的發行模式與商業模式，持續向年輕人推廣藝術電影，長期而言將對電影藝術與電影市場仍至關重要。Curzon 的執行長 Philip Knatchbull 即表示如同《The Irishman》無法從製片廠獲得支持或自由，因此導演 Martin Scorsese 則轉向與串流媒體平臺合作，而串流媒體也給予完整的支持與自由。Totem 的共同創辦人 Bérénice Vincent 表示串流服務為長片電影在三方面發揮了重大的貢獻：首先，他們為個別獨立導演提供可自由使用的資金，而這經常產生出藝術性結果；他們訓練觀眾享受字幕與複雜的敘述性故事（通常來自於原始 IP）；基於他們開創非傳統的發行，間接為產業提供測試案例，並提供其他企業未來發展電影類型的方向。

(四) 從《愛爾蘭人》看窗口期的趨勢

從現在開始的五年內，長片的替代發行模式將會完全常態化，特別是獨立內容。單片付費型的串流將在產業鏈中找到自己的位置，如同付費訂閱服務提供更接近上映日的服務，以滿足獲利的長尾效益。EPC (European Producers Club，歐洲製片人俱樂部) 的董事總經理 Alexandra Lebret 表示廣義而言，電影將以單片付費或訂閱形式首映，訂閱首映則通常會在 Netflix 進行，而單片付費首映可能更為普遍，且可能同時牽涉到電影院的票房與付費數位下載。此外，每個平臺上映的窗口期皆不同，從一周到每個市場目前最長的保留時間都可能。Sofa Digital 的創辦人兼執行長 Fabio Lima 表示如果從韓國例子來看，會發現製片廠對此感到瘋狂，韓國 Super Premium TVOD (Transactional video on demand，單次付費型隨選視訊服務) 的窗口期可以縮短到 4 週，等於消費者可在平臺上看到 4 週前首映的電影，先前的窗口期間為 12~16 週左右。另外，在中國市場，Smart Cinema 也提供使用者以支付電影票的價格將單一電影於單一設備上播放 (可暫停，但不可倒回與不可投影到大螢幕)，此門票銷售將被計算入票房總數。

數據將幫助電影產業加深理解未來哪些電影最適合劇院開發與製作。NFI 的傳播、策略與國際關係主管 Stine Helgeland 表示大數據將為電影產業提供更好的消費者行為觀察與在不同情況下對於電影的期望，這將使產業更輕易地計算出各平臺與窗口期的狀況，哪些屬於互補、哪些屬於競爭。此發展趨勢是不可避免的，其變革的步伐將取決於 X 世代和千禧世代的影響力。

(五) 製作熱潮下人才與獨立性的隱憂

從現在開始的五年內，失控成長的產能與快速生產問題正威脅著整個電影產業的產品品質。此緊急問題可透過在尚未充分利用的群體尋找技術工人，及生產基礎設施的戰略性公共或私人投資等方式來解決。Endemol Shine 的執行製片人 Lars Blomgren 表示當所有串流平臺遍布全球時，透過字幕及配音，內容可以起源於任何一個地方，但生產力是一項嚴峻的挑戰，每個市場都面臨到難以找到專業人士的狀況。而 SVT 的戲劇主管 Anna Sroneman 表示過去 2~3 年全球電影腳本與電影產業出現快速成長的態勢（特別是亞洲國家），導致人才、IP 與基礎設施（如錄音棚）的競爭是重大的挑戰，這將使得電影的品質產生了疑慮。

此外，受到不斷變化的市場動態，獨立生產者的角色將承受許多壓力。EPC 董事總經理 Alexandra Lebret 表示對於獨立生產者與公司消失的擔憂，因為獨立生產者維繫著文化多樣性，然而目前電影產業正面臨此種威脅，因為串流平臺與廣電業者都希望擁有內容的所有權利（all right），獨立製作人轉變為受雇者的角色，難以維持獨立性，這樣的威脅恐在未來兩年內發生。

(六) 數據的洞察力

從現在開始的五年內，資助與傳播任何內容都需要瞭解觀眾關心的內容以及如何分配注意力。在數位環境中，如果電影相關業者可以取得數據與相關定性分析與解讀，這可以將發展力量導回人才和在地生產。

目前由於全球媒體公司不願意與作品的製作人共享觀看數據，使其他相關人員必須學習在市場或專案內匯總相關洞察，以保持與觀眾的連結。EPC 的董事總經理 Alexandra Lebret 表示所有製片人都需要開始使用數據、演算法與 AI 工具以與公眾溝通，方能在網路上有效地發行及宣傳其電影等作品，此外，電影產業不能依賴 SVOD 平臺，運用大數據協助電影產業製作與行銷的公司，目前已存在於電影產業，他們主要負責事前預測電影院與線上觀眾。事實上，製片人向代理商或發行商發送腳本與劇照時，代理商或發行商即運用大數據分析各平臺預估銷售額。此外，Sofa Digital 的創辦人兼執行長 Fabio Lima 表示在金融技術發展的中，區塊鏈可能可以發展得更快，並創造出更為智慧的內容融資方式。未來電影產業的力量將是在人才身上，因內容融資與證券化將可更容易地進行。

(七) 新影像技術以及新世代帶來新景觀

從現在開始的五年內，影視敘事、格式以及平臺都將暴露於 VR、AR、遊戲引擎和深偽影像 (deep fake) 的挑戰中。Olsberg SPI 的董事總經理 Leon Forde 認為在未來 5 年內，三個假設改變影像敘事，分別是 VR 與 AR 的普及，過去二維影像的假設被打破；製作電影或其他聲音作品的核心功能會牽涉錄音或其他特殊影像，這都將被遊戲引擎逐漸提升的真實感繪製所挑戰；深偽影像一般運用超真實的技術讓人臉及聲音說出任何事情。

Z 世代觀眾視媒體為互動與共同創造下的結果，故他們不會忠於過去的媒體形式。對於每種內容，瞭解哪種格式、平臺或媒介最能為其及其觀眾提供最佳服務，將變得越來越重要。YLE 的觀眾觀察負責人 Susanna Snell 表示過去所談的長片與短片標準與現在標準不同，如：在 TikTok 或 Instagram 上的 10 秒影片，而真正的長片是指高達 10 季的《Friends》。此外，Olsberg SPI 的董事總經理 Leon Forde 表示智慧手機使得影片製作者與消費者之間的權力平衡完全被移轉了，大多數的年輕人都是透過社群影片或動態影像溝通，例如：YouTube、Twitch 以及 TikTok 等。

(八) 結語

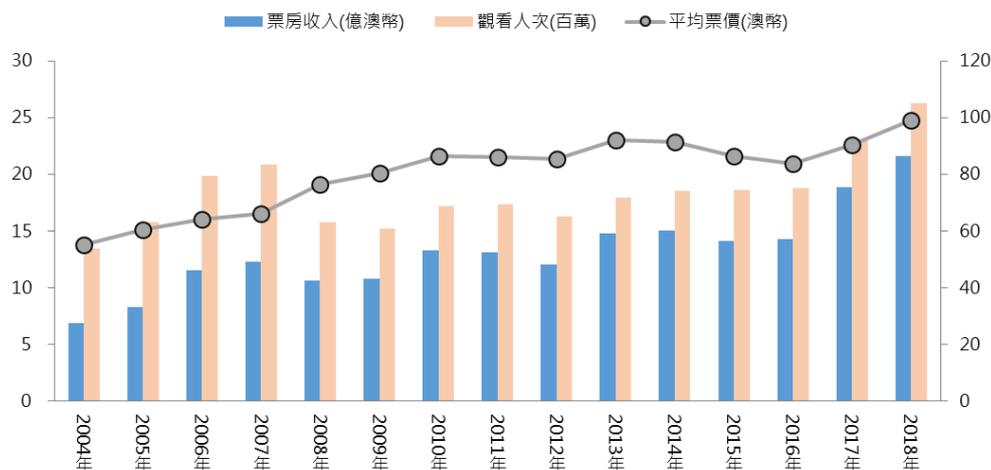
透過《The Nostradamus Report》，可知未來電影產業發展趨勢的焦點在於性別平等、串流服務的新形態、藝術電影的發展、影院與串流平臺窗口期、製作熱潮下人才與獨立性發展、數據分析與運用以及新影像科技與新世代帶動的新趨勢等議題。目前臺灣電影產業也已陸續感受到這些趨勢的影響，並試圖嘗試減少負面影響，盡可能達到借力使力。例如：電影《返校》運用數據分析，針對不同目標族群傳播不同的行銷訊息，並隨時進行危機偵測，以監管該電影在市場上的評論，制定應變策略。因應國際專家對於未來五年電影產業發展趨勢的看法，以及 COVID-19 (武漢肺炎) 後疫情時代可能隨之而改變的景況，未來我國電影產業不僅從業者必須洞察這些趨勢，在新的消費模式、新的商業運作以及新的影像敘事技術中，開創新的營運範型，政府長期施政方向更應注意在這些新發展動向中，產業生態的發展與權力的移轉，並關注當中的文化多樣性與獨立性。

二、澳洲表演藝術因應疫情之補助調整與推廣措施

近期為因應 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情對表演藝術領域的衝擊，澳洲藝術理事會透過彈性調整於 2019 年 10 月公布 The National Performing Arts Partnership Framework 之四年一次補助計畫對象，以增加對於中小型團體的支持。另外，澳洲政府也提供因此次疫情使生計受到影響的從業者提供薪資補貼，並協助業者推廣內容之措施，以促進民眾在疫情期間接觸表演藝術之機會。因此本期將針對澳洲表演藝術因應疫情調整與推廣之措施加以闡述。

(一) 澳洲現場表演藝術市場概況與疫情之影響

根據 Live Performance Australia (LPA) 發布《Live Performance Industry in Australia 2018 Ticket Attendance and Revenue Report》數據顯示，2018 年澳洲現場表演票房收入為 21.62 億澳幣 (約新臺幣 464.79 億元)，較 2017 年成長 14.77%，主因為平均票價上漲 9.3%，加上國際巡演節目如音樂劇《The Book of Mormon》、《Aladdin》和《Beautiful: The Carole King Musical》以及演唱會帶動，使 2018 年澳洲現場表演票房創 2004 年以來新高。各類型節目表現，以當代音樂為澳洲現場表演產業最主要的活動類型，票房占比為 50.5%。其次則是音樂劇，票房占比是 18.5%。



資料來源：Live Performance Australia(2019) · Live Performance Industry in Australia 2018 Ticket Attendance and Revenue Report.

圖 1-1 澳洲現場表演藝術市場概況

然此次疫情對於澳洲現場表演藝術影響劇烈，根據 LPA 於 3 月 15 日公布《COVID-19: Impacts on Live Performance Industry》，首先票房損失將依據疫情影響時間長短有所不同，若疫情能於 1 個月內控制的話，將使票房損失控制於 1.8 億澳幣 (約新臺幣 38.7 億元)，不過若疫情持續延燒超過 3 個月，則將使票房損失超過 5.4 億澳幣 (約新臺幣 116.09 億元)。其次，將有數以千計的藝術家和臨時工，包含表演者、工作人員、場地工作人員、演出服務供應商 (如聲音、燈光、票務、舞台、保安) 等面臨失業的問題。最後則是會導致整個產業上中下游各環節公司，產生倒閉的風險。

(二) 澳洲表演藝術國家補助框架

近年澳洲對表演藝術產業的補助框架係依據 2011 年公布之 Major Performing Arts framework (MPA)，該框架的補助資金來源包含聯邦政府、洲政府與自治領地政府，而相關資源集中於少數、特定的大型表演藝術公司 (包括舞蹈、戲劇、馬戲團、歌劇、管弦樂和室內音樂等 29 家主要表演藝術公司)，主要是希望讓該框架補助之業者作為該藝術形式領導者的作用，並要求與更廣泛的領域建立關係，且致力於促進民眾參與藝文活動。每個獲補助單位與聯邦和相關州或自治領地政府之間的協議將包括預期達成之績效目標。另外，MPA 提供的補助靈活性大，主要是因為獲補助組織的營運績效可隨著時間而有所變化，並會受到政府目標、社會期望與需求、藝術領導力以及更廣泛的經濟環境所影響。

不過此補助框架要求獲補助團體須有穩健的營運資金 (包括票房與贊助收入)、高創作能量，以及配合政府施政目標如提高新製作品數、增加民眾參與藝文活動比例等調整營運策略。使相關補助資源長期集中於特定大型表演藝術團體，以 2017-2018 年為例，獲 MPA 補助的 29 個單位共獲得當年度澳洲藝術理事會的 59% 預算 (約 1.11 億澳幣；新臺幣 23.86 億元)。雖然當年度 (2017 年) 該 29 個單位合併營業額達 5.826 億澳幣 (約新臺幣 125.25 億元)，2013-2017 年年複合成長率為 5%，總就業人數約為 1 萬人左右，不過因藝術同質性較高，多為歐洲傳統藝術形式，缺乏在地藝術元素，使相關獲補助的表演藝術機構無法反映出澳洲的文化多樣性，且創作模式多和中小型團隊、獨立藝術家合作進行創作，內容相對缺少創新性。加上近年澳洲政府對中小型團體、個人藝術家補助預算減少，導致當地許多中小型藝術團體、個人藝術家的營運、創作更為艱困，進而影響當地藝術生態系統發展。

在此之下，澳洲藝術理事會於 2019 年 10 月公布新的補助框架-The National Performing Arts Partnership Framework，取代既有 Major Performing Arts framework (MPA) 補助框架。此框架於 2020 年 4 月公布首期補助對象，補助期間為 2021-2024 年，主要是希望透過新的補助框架提供，一個明確的方法優先考慮澳洲當地表演藝術元素，如創作澳洲在地作品、發展原住民藝術，以及提供偏遠地區民眾可參與藝文活動之機會，並加強獲補助單位與其他單位的交流合作。

● The National Performing Arts Partnership Framework 關鍵方向：

1. 補助預算：澳洲各州政府的預算規模將至少保持在 2019 年的資金規模，並且在整體預算許可的範圍內，指數化調整歷年預算規模。而若政府資金投入增加時，將從目前補助資金的分配、藝術生態的差距，以及增加受補助單位對澳洲表演藝術觀眾參與權的公平性等目標，來決定新的資金分配。
2. 補助時間：受補助單位將在 4 + 4 的 8 年合約中任何時間內，獲得最多為期八年的補助資金，以穩定其資金來源。補助資金規模，第一個 4 年將按照確切規模提供資金，第二個 4 年則根據其評估結果來確定提供的補助資金。

3. 審核機制：由出資單位考量各組織過往營運情形，以及公司未來計畫的分析，包含其未來年度的營運計畫等，來決定邀請提交資助申請的單位。且在獲補助的合約期間內，相關出資夥伴可查核資助組織的績效是否符合當初承諾。對未符合預期績效的機構，將要求於最長 12 個月的期限內提供改進方案，若績效極端不佳的情況，則將不再補助該機構。而退出框架的公司是有資格可以在四年評估期內再次被邀請加入資助框架。

整體來說，此次澳洲新的補助框架增加了審核/淘汰機制，為選擇新的合作夥伴組織提供了新途徑，透過 8 年兩階段合約評估流程擴大受資助單位的數量，且受資助機構將有定期的監督機制，衡量其在特定時間內的成就（如國內外活動數量、財務概況等）。以確保補助資金的穩定性，同時可兼顧合約靈活性，進而提高獲補助單位透明度和審核機制。

然而，由於未調整對於健全經營績效的規範，部分當地人士表示預期仍將以大型表演藝術公司為主要獲補助單位。不過，面對近期 COVID-19（武漢肺炎）疫情的衝擊，影響到藝文團體、從業者的經營、生計，澳洲藝術理事會透過調整補助團隊數量與金額的方式，以給予中小型團隊更多協助與支持。從 2020 年 4 月公布的補助名單可發現，2021-2024 年四年的補助數量提高，也確有更多中小型團隊獲得此補助，不過各單位在第一年的補助金額將減少三成。

（三）澳洲表演藝術對 Covid-19 疫情之措施

因應此次疫情對表演藝術乃至整個文化創意產業的影響劇烈，澳洲藝術理事會除透過上述擴大四年補助對象，來協助中小型團體之外，也暫停包括創作、演出、巡演、職業發展等領域的補助、投資計畫，將相關資金挪至應對此次疫情之衝擊。另外，調整現有補助措施的檢核項目如降低對演出場次、觀眾數量之要求，並允許補助資金可用於支付工資、房租與水電等項目之中。

另外，因應疫情讓多數藝文活動取消延期、場館休館，相關從業人員的薪資收入受到劇烈衝擊，澳洲政府針對此次疫情而失業的整體勞工，提供尋工津貼（JobSeeker）與留工津貼（JobKeeper）兩類薪資補貼方案。留工津貼（JobKeeper）是由雇主協助全職/兼職員工申請的薪資補貼，每兩週每位員工可領取 1,500 元澳幣（約新臺幣 3.2 萬元）；尋工津貼（JobSeeker）則是簡化現有尋工津貼，針對新進或現有的社會保障領取者每兩週發放 550 元澳幣（約新臺幣 1.18 萬元）的補助津貼。雖然藝術工作者均可申請上述兩項薪資補貼措施，然而此措施多需檢附相關憑證，如雇主需提供收入減少憑證、從業者需提出因疫情造成的收入損失等，而對屬於非營利組織、自營工作者的藝文從業人員，難以提出相關佐證文件，因此申請薪資補貼的困難度較高。

除上述因應此次 COVID-19（武漢肺炎）疫情而推動、調整的措施之外，為降低疫情對表演藝術的衝擊，以及持續培育民眾接觸表演藝術活動，澳洲藝術理事會除透過開設線上研討會的方式，邀請相關從業人員共同思考，面對此次 COVID-19（武漢肺炎）疫情影響的因應措施進行討論。另外，也透過在社群媒體平臺開設社團的方式，讓藝文團體的作品可在此平臺推廣與分享，以成為中小型團體、藝術家展現作品的空間，作為

內容的推廣平臺。除澳洲藝術理事會之外，當地表演場館、藝術節以及藝文團體，也各自透過網路方式，如現場直播表演、線上觀看內容等，讓人們可以在家就可觀賞到表演節目。雖然部分團體係提供付費、捐款的線上服務，增加新的營運模式，不過多數仍以免費性質居多，主要是希望透過網路服務來滿足因防疫措施而無法出門的民眾需求，藉以增進其接觸表演藝術的機會。

(四) 結語

綜合上述，從澳洲本次因應疫情對於表演藝術的衝擊所做的調整與推廣措施，首先，澳洲補助框架 The National Performing Arts Partnership Framework 改善了過往無審核機制的問題，並即時因應此次疫情變化之需求，調整補助方式，透過降低單一團體補助預算，擴大受補助單位數，以增加對於中小型團隊的協助。不過此次獲補助單位之中，部分長期投入人才培訓的組織未獲得補助，或將影響澳洲表演藝術長期發展方向。

其次，面對疫情在各國持續延燒，鎖國、封城等防疫措施，影響表演藝術過往所強調的現場體驗本質，近期包含澳洲在內的各國表演藝術產業在疫情結束期間尚未明朗之際，紛紛強化將數位工具用於表演、行銷等環節之中，以增進民眾於疫情期間接觸表演藝術之機會。而對藝文團體來說，因疫情關係衝擊如票房、商演等重要收入來源，且疫情使人們更依賴使用網路，將加速產業數位化，或將改變表演藝術既有商業模式。最後，過往因觀賞表演節目所需付出的成本相對較高（包含時間、場域與費用），影響民眾的消費意願，不過隨著科技技術進步與民眾消費行為轉變，數位運用增加之下（如網路觀看、線上直播等），將降低民眾觀賞表演藝術花費之成本，或將有助於增進其參與表演藝術意願。

因此隨著疫情對產業影響的時間拉長，對團體營運模式、民眾參與模式有所影響，預期產業結構將有所轉變，後續須持續關注對表演藝術乃至整體文化、娛樂領域的影響。

三、從重建巴黎聖母院觀察法國文化資產重大災害應變措施及做法

2019年4月15日，巴黎聖母院(Notre-Dame de Paris)發生大火，燒毀大教堂的尖塔，引發世界譁然。法國政府為了此重建具有紀念性與指標性的國家文化資產，接連祭出相關針對性措施，本文針對其應變措施、專家討論議題與這一年間的進展進行概述。

(一) 重建巴黎聖母院的專門措施

在大火後的24小時內，有大量捐款湧入慈善協會，三天便超過8.5億歐元，法國商界大亨和大型企業更是爭相慷慨解囊。為了表示對此趨勢的支持，法國總統立即宣布啟動「全國認購服務」，讓每個人都可以用自己的方式參與，為巴黎聖母院的修復工程籌集資金，並藉此紀念全國對巴黎聖母院的依戀。

由於巴黎聖母院的重建工程需要鉅款，為了能刺激捐款並確保款項得以實際用於大教堂的重建，法國政府進一步提出一項特別法案，提供法國企業、組織及個人的減稅優惠，以利透過合法的激勵性稅收框架、透明化措施和良好的管理機制，確保所有捐贈予巴黎聖母院重建的資金援助得以專款使用。

歷時三個月的多次議會討論，該法案(第2019-803號法-關於巴黎聖母院的保護修復並建立國家紀錄)於2019年7月29日正式公告施行，內容包含明定國家認購資助之辦法、要求定期報告進度與款項運用情形、特別組織專門監督之公共機構、確立主要運作工作項目及基本原則(如安全及環境保護)等。

本文從該法案11項條文中，摘錄與「國家認購資助辦法」、「定期報告、透明化」、「專責公共機構的組織與任務」相關之具體內容(如表1-1)。其中，最受關注的是促進工程籌資的國家認購資助辦法，其重點為：於2019年4月16日至2019年12月31日期間，針對巴黎聖母院重建捐款低於1,000歐元(約新臺幣3.3萬元)的個人，減免額度提高至75%，捐款超過1,000歐元(約新臺幣3.3萬元)之個人則適用原稅法的66%(法國公司可享有60%文化捐贈退稅優惠)。

表 1-1 保護修復巴黎聖母院之特別法案內容摘錄

面向	條文	內容
國家認購資助辦法	§2	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 國家認購下收集的資金，專門用於資助巴黎聖母院及其國家擁有家具的保護和修復工作，以及對專業人員的初步培訓和持續性培訓，以具備所需的特定技能。 ◆ 巴黎聖母院的保護和修復工作由國家認購資助，維護這座紀念碑的歷史、藝術和建築意義。
	§3	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 自2019年4月16日起，根據國家認購機制，來自居住或總部位於法國、歐盟另一成員國或其他擁有財政部之國家的自然人或法人的捐款，會被國家歷史遺跡中心和公共事業基金會移交給國家或指定公共機構，以確保巴黎聖母院的保

面向	條文	內容
		<p>護和修復。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 還款條件可能待協議，會提供訊息給捐助者。
	§4	◆ 地方當局及其團體也可以向國家或負責巴黎聖母院修復之公共機構付款。
	§5	◆ 在 2019 年 4 月 16 日至 2019 年 12 月 31 日期間為保護修復巴黎聖母院而進行的捐贈(含款項及品項)，額度在 1,000 歐元內之款項，減稅率將由《一般稅法》第 200 條第 1 款之規定提高到 75%。應適用同一條提及之應納稅所得限額 20% 者，未考慮在內。
定期報告、透明化	§6	◆ 在 2020 年 9 月 30 日之前向議會提交報告，具體說明捐款金額，包含居住或總部位於法國、歐盟成員國或另一國家之自然人和法人；地方當局及其團體之清單；導致減稅的捐款額度；受益於本法減稅率之金額，和超過 1,000 歐元限制之金額。
	§8	◆ 為此目的指定之國家單位或公共機構需向委員會每年發布一份報告報告，說明所收資金的金額、來源、分配和消耗。該委員會由審計法院第一任院長、負責財政和文化事務的國民議會主席、參議院常任委員會主席、或上述指定代表組成。
	§10	◆ 定期向國家遺產和建築委員會通報研究和工程進展情況，並與之協商。
專責公共機構的組織與任務	§9	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 建立公共行政機構，置於文化部轄下。 <p>該機構的任務是確保指導、協調和實施有助於巴黎聖母院保護和修復的研究與活動。並照顧商家與居民的處境。透過《遺產法》第 621-29-2 條第 1 款建立行使此工作的簽約單位。工作包含：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 進行巴黎聖母院周邊環境的建設發展，並改善其通行性；為此可與巴黎市簽訂管理協議。 (2) 確定對於保護、修復和改善大教堂的專業培訓需求。 (3) 與政府單位及業者合作，制定並實施文化、教育、調解和推廣計劃，以進行保護和修復工程，以及為此提供貢獻的工藝和文化遺產。 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 該機構由董事會管理，除主席外，一半成員為國家代表，並包括根據其技能和職能所指定之人士、巴黎市的代表、執行公共禮拜活動機構的工作人員等。 ◆ 機構主席由法令任命，負責主持董事會並指導公司成立(不受公部門年齡限制約束)。機構員工包括公務員、非公法之代理商及受勞動法約束之員工；需成立企業委員會，負責處理員工關心之問題和事項。 ◆ 一併成立科學委員會，針對保護修復巴黎聖母院的研究和活動進行諮詢。 ◆ 該機構的資源包括： <ol style="list-style-type: none"> (1) 國家補助、 (2) 來自其他公共或私人的補貼、 (3) 其他捐贈和遺產、 (4) 贊助收入、 (5) 來自合約和協議的收益、 (6) 動產和不動產收入，及提供建築物臨時使用許可所得費用、 (7) 法規授權的任何其他收益。

資料來源：本文整理自法國文化部¹。

¹詳細條文及解釋性文書於法國文化部官網公告

另一方面，在巴黎聖母院發生大火後，許多研究人員希望將其知識和技能用於建築物、藝術品和修復現場，因此，法國文化部與國家科學研究中心 (Centre national de la Recherche Scientifique · CNRS) 協調，共同支持並組織具即時性的大規模研究活動。所有研究的共同核心為「巴黎聖母院」，包含當前狀態所需的科學知識、從前巴黎聖母院的狀態以及具體修復工作的投入，研究範圍橫跨建築、古蹟修復、歷史、環境、文化遺產及相關知識領域；相關工作可再區分為八組主題，共涉及至少 175 位研究人員、約 50 個遍布法國的研究團隊。研究成果將逐步匯入一個「整合資訊系統」，各種參與研究所產生的數據皆可於透過該系統蒐集、交流、共享。

(二) 重建工程與後續規劃的討論

法國總統馬克宏 (Emmanuel Macron) 承諾盡全力恢復此項世界文化資產，並提出五年重建目標，期望趕上 2024 年巴黎奧運會。然而，目前此項政策仍面臨爭議，尤其是設定五年為重建目標的合理性，引發各界質疑。除了對目標期程的質疑，從法案和政策制定的期間，到一年後的今天，針對巴黎聖母院的重建工作及專門法案的執行，亦可見許多其他討論。

1. 連結傳統價值與當代建築的挑戰

針對重建的建築物本體，政府及專家正在衡量是要完全比照原樣重建，還是要在尊重文化遺產規則的同時考慮當代建築的姿態。

首先是建築體的結構，面臨的是技術和材料在傳統與現代之間的抉擇。從趨勢來看，負責機構與專家之間已逐漸達成共識，新結構將複製重現 19 世紀建築物。材料的使用上，採用橡木或其他木材的聲勢高於鋼筋混凝土，主要理由有三。一是堅固性，雖然新建材的重量較輕，但若遇災害突然倒塌，將無法搶救珍貴物品，舊結構使教堂屹立了八個世紀，在火災發生前也未見疲軟，坍塌前也讓消防員得以保存許多珍貴資產。二是基於環境生態的考量，木材能儲存二氧化碳，運用當前技術，不必砍下一個樹林便可取得，是較環保的材料。三是可靠性，相同重建的優勢在於具文獻記載，無需額外進行任何研究，是較為快速且可信的解決方案，亦可保持藝術性及歷史價值。

再者為尖塔的外觀。此哥德式建築身為相對現代的風格，有人表示應該重建原貌，有人表示贊成融合當代設計，不過，據民意調查顯示，大多數法國人都持相對保守的觀點。法國政府承諾將盡其可能地諮詢法國人民的意見，並宣布啟動一項國際建築競賽，從中選擇方案以重建巴黎聖母院的尖塔。儘管目前尚未排定時程表，但法國政府希望透過全國性甚至國際性的參與來解決爭議，給予巴黎聖母院一個適應新時代技術和挑戰的新尖塔。

2. 大筆專款的妥善運用

法國政府提出認購機制並制定法案、設立專責單位，重點目的在於確保相關捐款得以專款專用。不過，比起擔心最終籌資是否足夠，接下來更可能面對的是「過多的捐贈」。

目前資金運用包含重建工程的核心項目及周邊工作，例如，針對法案所提的「確認專業培訓需求」，為資助重建而啟動的國家認購機制也將用於資助某些罕見或逐漸失傳的工藝培訓，以支持古蹟的保護與修復。

在重建過程中妥善運用資金的同時，亦需事前規劃未來盈餘的處理。例如，在大火後三天內收到超過 1,200 萬歐元（約新臺幣 3.9 億元）捐款的遺產基金會（Heritage Foundation），於 2019 年 5 月份終止了超額的捐款，並提醒文化部及負責巴黎聖母院保護及修復的公共機構，雖然此次捐款是專門用於修復巴黎聖母院，但法國仍有許多其他被忽視或資金不足的文資古蹟，如巴黎教堂和其他大教堂（cathedrals），尤其是無數的小型教堂（churches）、禮拜堂（chapels）、城堡、房屋等。

3. 周邊影響與周邊重建規劃之期待

整體而言，現階段尚無法確認特別建立的公共機構和國家服務是否足以支應，以及施工現場的管理能否如政府期盼，並能兼顧文化資產保護、環境影響評估與保護、城市規劃、道路規劃等面向。

在周邊影響方面，每年有 1,300 萬名遊客和朝聖者前往巴黎的西堤島（Ile de la Cité），現卻因相關建設和周邊場域開發而受阻，對旅遊及城市觀光造成影響。此外，巴黎聖母院的重建工程主管單位通常歸屬於巴黎市，但也可以由此次特別組織的公共機構負責，且這項工作將可能持續五年以上，建築師與建築業的競爭可想而知。

在周邊重建的內容規劃上，2016 年曾有建築師提出一份報告建議對南側長廊史前廣場 23 號前院進行重大改建，含進駐商業畫廊、旅館翻新、出售設立孵化器等等，許多人擔心若參考過去建議，可能會有過於強調商業化的安排。此外，專責單位也應肩負促進人才培訓的使命，後續應規劃提供遊客和學童的相關展覽、課程，甚至現場導覽。另一方面，針對大教堂在禮拜功能的組織問題，目前的長期規劃預計在廣場搭建專門用於祈禱的帳篷，並設立商店來提供以前在大教堂內出售過的宗教物品；另將在旅館（Hôtel-Dieu）開設展覽介紹巴黎聖母院的歷史。

回到災害本身，關鍵問題應是火災探測系統的完全失效，在展開一系列複雜的調查之餘，未來如何防止建築物燃燒、確保文化遺產的安全，也期待能有整體性的資源。

（三）致使重建工程進度延遲的外部因素：鉛汙染與病毒

由於巴黎聖母院大教堂屋頂上有 300 多噸的鉛在大火中融化，造成巴黎嚴重的「鉛汙染」，鉛殘留造成的重大影響成為法國當局的大難題。目前覆蓋現場的有毒顆粒已被衛生單位證明難以清除，相關清潔去汙工作的投入導致工程暫停，進度推遲了好幾個月。

隨著 COVID-19（武漢肺炎）的大爆發，導致用於清理鉛粒子汙染的透明冷樹脂應用不及，使得相關工作止步。法國政府於 3 月 8 日宣布禁止千人以上集會，造成多項展演活動取消，隔週升格至禁止百人集會後，乾脆於 3 月 13 日宣布關閉包含博物館 / 美術館、劇院、圖書館、藝術中心等藝文館舍在內的集會場所，展覽、遊行等公開活動皆推延或取消。法國政府為了對抗 COVID-19（武漢肺炎）疫情而採取的全面封鎖行動，迫

使巴黎聖母院大教堂修復工程全面停工，建築物外部加固工程也因此再次中斷。面對法國二次延長²的封鎖政策，以及後續逐步復工所需的時間，巴黎聖母院的五年重建目標恐較過去更加難以達成。整體而言，疫情不僅導致重建工程停擺，更衝擊法國的文化生態。

（四）結語

綜合觀察巴黎聖母院保護修復之案例，法國政府一方面推動特殊性、專門性措施（如制定專法、提出專門稅務優惠、成立專責單位...等），一方面也配合既有規範和組織行動，並且重視社會參與文化事務的聲音和力量，可供他國引以為鑒。不可諱言，基於巴黎聖母院對法國的特殊意義，在民間動員能量與政府政策措施的整合上，皆有較高的效率與關注，有助於大動作推動相關應對措施。臺灣或可從中學習其面對重大文化資產災害的思考策略、激勵性財務措施、官民整合協作的組織方式與配套規劃等，以促進未來臺灣在面對文化資產災害時能提升因應方案的效益，並保有多元的彈性與開放性，以拉近文化資產永續與當代社會價值的關係。

² 法國防疫封鎖期限已二次延長至 2020 年 5 月。

第貳部分、市場觀點

一、【電影】電影產業於 COVID-19 疫情下與後疫情時代的發展變化：專訪瀚草影視 湯昇榮總經理

近期受到 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情影響，全球電影產業的供需端發展也間接地受到影響。從製作、發行到放映端皆受到相當嚴峻的考驗，特別是受到全球部分電影院暫停營運的影響，使得電影製片商、連鎖電影院與串流平臺的談判能力產生變化，「窗口」正在被縮短或打破中。此現象顯示因 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情，電影產業已改變短期內的運作生態。然而，此現象是暫時性的或長期性的？電影產業又有哪些方面也同樣地受到影響？未來電影產業又該何去何從？本期特別專訪瀚草影視湯昇榮總經理，藉由湯總經理獨到的見解，更加全方位性的瞭解電影產業在此波疫情下的影響與電影產業在後疫情時代下的發展。

(一) COVID-19 疫情對電影產業所造成的衝擊

湯總經理表示這次 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情對於電影產業的影響規模相當龐大，大致可從以下七個面向討論：

(1) 近期受到疫情影響，大幅減少民眾進電影院的意願，而許多國家更是因為疫情嚴峻，從原本減少一廳的容納人數到直接宣布暫停電影院營運。例如：美國 AMC 宣布停業 6 至 12 週，Regal 連鎖電影院宣布無限期地停業；英國 Cineworld、Odeon、Picturehouse 等連鎖電影院全面停業；日本籲請在東京都與大阪府等地的酒吧、電影院等以娛樂設施為主的 6 大行業歇業至 5 月初等。

(2) 在需求快速減少之下，多數預定發行的電影也被推遲，例如：Sony 推遲《Peter Rabbit 2》至 8 月、Paramount Pictures 宣布《A Quiet Place Part II.》無限期延後上映日期、Universal 將《Minions : The Rise of Gru》改至 2021 年 7 月 2 日上映、Walt Disney Pictures 延後《Mulan》的上映日期 (原定應於 3 月 26 日上映) 以及 Disney 與 Pixar 延後《Soul》的上映至 11 月 20 日；(3) 此外，在電影產業發現需求將暫時呈現低迷態勢，且拍攝工作可能提高劇組人員被傳染的機會後，電影產業更是進一步暫停了許多電影的拍攝與製作，例如：Paramount Pictures 中斷《Mission: Impossible》的拍攝、Disney 推遲《The Falcon and the Winter Soldier》的製作及中斷《The Little Mermaid》、《Home Alone》、《Peter Pan & Wendy》、《Nightmare Alley》以及《Shrunk》的製作、Sony 暫停製作《The Nightingale》與《Cinderella》以及 Universal 推遲《Jurassic World: Dominion》拍攝工作等。

(4) 在此次疫情中，對電影產業影響層面最為重要的事情為「窗口」的變化。受到電影院暫時停業影響，電影製片商逐漸縮短或打破「窗口」，以創造金流。原本電影上映至電影院後，應間隔三個月左右才會上映到串流平臺，但因電影院 (票房收入來源)

停業，導致電影製片商無法將電影上映至電影院，並取得預期應有的收益，故許多電影製片廠選擇縮短或跳過「窗口」，以增加票房收入，此舉可能代表電影院談判能力的改變。例如：Disney 表示 Pixar 的《Onward》於 4/3 時，可透過 Disney + 訂閱服務進行數位購買（19.99 美元），而此時距離《Onward》於電影院首映僅 2 周，縮短了原先從電影院上映到串流平臺上架所需的 2 個半月檔期；Sony Pictures 於電影院上映 Vin Diesel 所主演的《Bloodshot》僅一週後，即可進行數位租賃與購買；亦或是 Universal 宣布《Trolls World Tour》在電影院上映的同一天也可在家中租賃該電影。

(5) 近期許多電影節也陸續發出停辦通知，例如：2020 加拿大電影節決定無限期延期舉辦、法國安錫國際動畫影展被取消舉辦以及坎城影展將可能延後舉辦等。

(6) 在電影相關從業者部分，基於多數電影從業人員的工作性質並無法於辦公室內完成，且多為自由工作者，故當電影製作被推遲、發行中斷以及電影院停業時，意即電影產業相關從業者會出現收入銳減，甚至於無收入的現象。

(7) 整體而言，電影產業已近乎處於停滯狀態，雖仍有少數電影持續拍攝中，但目前電影產業唯一較能持續運作的環節恐怕是創作端，基於創作端相關從業人員可在任何環境下進行內容創作工作，故電影產業近期多投入創作端部份，以等待疫情結束後可更加快速投入電影製作。

(二) 後疫情時代下的電影產業

在後疫情時代下的電影產業部分，湯總經理認為可分為以下 5 個部分討論：

(1) 在電影題材部分，因此次疫情導致全球近乎陷入世界大戰的慘烈情況之中，可說是重大事件之一，故未來有可能會出現以此次疫情相關題材的電影。

(2) 在電影類型部分，受到此波疫情影響，民眾將更加重視或渴望人與人之間的連結，故未來對於溫馨、喜劇、愛情以及親情等電影類型的需求可能增加。

(3) 在獨立製片商部分，隨著疫情持續加劇之下，投資者都偏向於觀望態度，且因電影產業暫緩各項運作，導致大型製片公司損失慘重，規模較小的獨立製片商勢必也將受到影響。但此次疫情也可能成為獨立製片商成長的機會之一，因目前投資者可能趨向保守，並減少對於大型電影的投資，以降低損失，故獨立製片商的投資規模可能更符合目前電影投資者的需求。再者，近期許多獨立電影創造高票房的情況時有所聞，更有可能吸引投資者將資金投入獨立電影的製作。

(4) 在電影院播放電影類型部分，未來電影院播放的電影類型可能會偏向於動作、音樂以及科幻等需要聲光設備支援的電影類型，以吸引民眾前往電影院觀影。

(5) 在近期電影產業經常討論的電影製片商、電影院業者以及串流平臺業者談判能力改變的議題中，目前可以確定的是串流平臺業者的談判能力確實有較過往增加一些，但電影製片商最終是否將縮短或跳過「窗口」，將隨著疫情時間的長短決定。若疫情能在短期內結束，則串流平臺業者的談判能力不至於強化到可翻轉電影產業既有「窗口」的

程度；反之，若疫情持續拉長，使得民眾仍多偏好待在家中，並減少至公共場所從事娛樂活動，則串流平臺業者的談判能力可能強化到超越電影院業者，並改變電影上映至電影院再到串流平臺的順序或是時程。最後，湯總經理表示此刻是電影產業未曾預料到的黑暗期，但相信待疫情結束後，再經過一段沉寂期或重整期，電影產業便能再度回到過往的美好光景。

二、【表演藝術】從後疫情時代下看我國表演藝術變化：專訪 臺北藝術大學藝術行政與管理研究所 于國華所長

隨著全球 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情持續延燒，各國陸續推出鎖國、封城、保持社交距離、禁止公共聚會等防疫措施，對於演出場域多為密閉空間，以現場演出為本體的表演藝術領域影響甚鉅。近期在藝文場館休館，表演節目延期、取消之下，衝擊藝文團體與從業者的經營生計。而在後疫情時代下，不管是生活型態、商業模式與消費行為等，或多或少都將產生轉變，也將衝擊到表演藝術強調的現場感。因此本期邀請臺北藝術大學藝術行政與管理研究所于國華所長，分享面對後疫情之下對我國表演藝術領域的影響。

(一) 網路發展加速產業數位化

疫情持續在全球延燒，影響到國際間各經濟體未來的合作模式。隨著現代化的產業和經濟結構發展，全世界的生產和消費重新整編在全球化網絡之下，國與國之間關係日益密切，牽一髮動全身。2020 年的疫情得以快速擴散，與全球化有直接關係；但一些主要經貿體面對疫情的壁壘分明，也顯現全球合作體系的脆弱。如同波蘭社會學家齊格蒙·鮑曼提出「液態現代性」(Liquid Modernity) 所指出個人和社會的矛盾，國與國之間既渴望合作帶來利益，又企圖保持各自的獨立、自由和安全。

COVID-19 (武漢肺炎) 帶來的全球災難，將很大程度改變世人的生活型態、消費與商業模式。發展自 2000 前後的文化創意產業，勢必也因為 2020 年的疫情，帶來新的產業現象與規則。在臺灣，2020 年對於文化創意產業，以至於表演藝術產業，都將是新的分水嶺。

于所長認為，疫情對我國表演藝術的影響，首先是藝文參與形式的改變。人們減少外出直接導致網路使用頻率增加；5G、AI 技術等持續進步之下，大量網路應用湧現，擴充人的工作和生活能力，也提供大量的資訊和娛樂選擇。這些網路資源，無不相互競爭人們的時間；過去人們進入劇場欣賞演出的習慣，因為疫情帶來的中斷，將很難重新恢復。以表演藝術而言，在 2003 年 SARS 期間的重創，疫情穩定之後很快得到復甦；但 COVID-19 (武漢肺炎) 造成的影響，可能很難期待在短期恢復。

與 SARS 相較，COVID-19(武漢肺炎) 疫情影響範圍幾乎遍及全球，加上傳染力高、變異性快，目前很難預估疫情結束的時間。更重要的是，2003 年沒有像今天這樣發達的網路應用。當觀眾無法參與在密閉空間或大型群聚活動的演出，表演節目所謂的「現場感動」，重要性可能比不上宅在家裡，同時間看更多的網路節目。一旦「現場感」重要性降低，網路世界又是無國界的競爭，所有名團名作都可以彈指間取得欣賞，過去支持本地表演藝術的觀眾生態，可能有極大改變。

而對於目前表演藝術的紓困措施，于所長認為，政府有救急的用心，但對產業的長期發展而言，強度遠遠不夠。目前的紓困措施只能短期周轉，即使幸運得以存活，還是要面對未來的生存發展；而一個表演藝術的節目製作，從構想到演出，至少幾個月的時

間，即使節衣縮食得以度過疫情，災難之後是否有能力恢復元氣、重新站上舞臺，還是未知數。于所長分享說，2008 年的金融海嘯帶來經濟衝擊，政府在隔年透過大幅增加表演藝術團隊補助，協助團隊提升行政與行銷能力、製作節目，讓許多團體快速調整體質，得到發展與成長。因此他認為，短期紓困之後如何協助團隊重振元氣、提升經營能力，是未來更重要的舉措。

其次，疫情全球告急，帶動宅經濟發展。疫情持續、行動受限，只有網路不受影響；人們將更習慣長時間使用網路。加上大量人才和資源的投入，網路內容更多元、更有趣，輕易爭取到人們的眼球和時間，也將更習慣網路節目的製播方式和節奏。最直接的影響是，網路使用者喜歡快速瀏覽大量訊息，在其中做出觀賞的選擇，可能對相對單一的表演藝術節目內容的忍耐度下降，也需要更大的誘因才能讓民眾走進戲院觀賞長達二、三小時的節目。雖然目前陸續有藝文團體透過節目讓民眾欣賞到表演藝術，不過于所長認為，這些努力可以讓民眾了解表演藝術和團體，但不一定能讓網路觀眾走入劇場。人們習慣在家聽音樂、看劇場，現場體驗不再是消費者的首選，將顛覆過往表演藝術的消費模式。

第三，以臺灣而言，目前多數場館休館，上半年節目紛紛取消、延期。在主要場館的支持下，許多節目得以轉換到下半年檔期，但即使屆時臺灣本地疫情趨緩，疫情不會完全消失，民眾進劇院的信心還需要重建。雪上加霜的是，經濟下跌造成個人所得減少，加上更多節目同時競爭觀眾有限的購票能力，很難預期這些塞滿各場館的爆量演出節目，能夠創造表演藝術的市場高峰。

第四，長期以來，我國政府對表演藝術的補助和支持，美學偏好朝向「藝術」與原創型式；偏向市場化操作的團隊和節目，經常得不到補助青睞。此次疫情對各類型藝文團體的影響程度並不相同，小型、藝術創作型團體管銷費用低、彈性大，尤其政府補助佔收入比重較高，受影響程度相對較低。大型藝文團體因人事、行政、管銷成本較高，依賴政府比例甚至低於 10%，市場急凍會造成致命的打擊。目前大型團隊都苦撐待變，甚至抵押家產貸款支付員工薪水，若疫情時間拉長，短期內國內和國外的演出市場難以復甦，團體貸款的償還將是下一個難關。大型團隊之中，以售票為主要收入來源、或原本擁有許多國際演出合約，受到的衝擊最為顯著且嚴重。

（二）網路世代下，表演藝術因應之道

綜合上述，于所長認為後疫情時代、將會是另一波網路傳播發展的黃金時代，演藝產業因為民眾觀賞習慣的轉變而重新洗牌。對表演藝術團體、從業者來說，首先必須將網路視為不可缺少的行銷通路，積極擴大接觸；並且增加社群經營，培養粉絲。其次，于所長認為團體經營網路媒體，核心在於如何讓節目內容符合網路族群的觀賞習慣，而不僅僅是將舞臺錄影放上網路。能夠在網路上受到歡迎的節目，拍攝手法、剪接與題目素材，都與劇院觀眾的需要不同，表演團體也必須一併思考，設計出對應於網路族群的內容與行銷模式。

面對外部環境隨著網路串流發展而轉變，于所長認為，若要改變表演藝術的困境，必須從根本的藝術教育做起。現在的藝術教育多將學生的藝術欣賞培育，變成制式化的

藝術知識傳達課程，並不能真正啟發學生對於藝術的興趣與喜好。必須從小讓孩童參與藝術欣賞和創作，不論體制內、體制外的課程和活動，透過感官的訓練，讓學生從藝術體驗中培養創造力與生活感受力。

不過長期來說，由於我國表演藝術仍是仰賴公部門補助為主，缺乏對於產業和市場發展的整體思考，加上目前表演藝術中的娛樂節目相對偏低，以至於面對娛樂內容多元、搶佔眼球和注意力的戰爭史，缺乏能夠攻取市場的作品。近年國內藝文團體以及節目數量持續增加，但消費族群拓展成效有限，使團隊的賣票與經營更為困難。從整個表演藝術領域來看，目前存有世代交替以及缺乏明星效應等問題；缺乏「文化明星」帶動風潮、吸引跨領域粉絲。雖然個別團隊或創作者不乏「藝術明星」，能夠在藝文觀眾族群中得到穩定的支持，但很難擴大認同圈，吸引不同領域的觀眾，長久下來還是難以拓展表演藝術發展的範圍。

因此表演藝術工作者或許可以思考，當觀眾對於內容需求改變時，如何找出能與觀眾溝通的語言、元素，讓作品從有限範圍和領域的商品（藝術商品），跨足到更大的市場，滿足消費者更多元的需求，也得到更多民眾的支持和喜好。

三、【文化資產應用及展演設施】博物館在「後疫情時代」的未來想像：專訪國立故宮博物院 謝俊科副處長

當前全球 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情延燒對藝術文化界帶來莫大衝擊，面對疫情發展，國立故宮博物院一方面配合國家防疫措施，一方面也運用館藏資源及科技技術提出因應對策。然而，身處於「後疫情時代」，比起檢視短期對博物館所造成衝擊，或是防疫需求應變的急切性，或應將眼光放至博物館在功能與體質的變化。因此，本期邀請國立故宮博物院教育展資處謝俊科副處長，分享博物館未來的走向與想像。

(一) 科技發展與數位轉型的加速升級

人類文明的變遷可能因特定事件帶來重大改變，例如疫情在古代可能造成朝代滅亡，謝副處長認為此次疫情確實帶來某種轉捩，尤其是加快數位轉型的速度。如同學校不得不採取線上教學，學校需確保老師至少先習得線上教學的基本技能，而企業則必須採用視訊會議，當養成某種習慣，技術會為了滿足需求而進步，這是人類文明變遷的過程。

一如國際間大型博物館的發展趨勢，臺灣近年博物館大致皆朝數位轉型的方向發展，疫情可能迫使時間縮短，或向前躍進一步；又或者，除了指標性的領頭羊，許多館舍過去在相關經費的投入較少，或採取保守觀望的態度，現在可能讓更多人下定決心，將相關計畫列為必要或優先關注項目。

謝副處長表示，故宮博物院長期投入數位發展，目前的發展策略是以「數位典藏」資料庫為基礎，將能量擴及「典藏、展示、服務」三大面向，並以身為社教機構的思維將教育功能內化於各個面向，依社會需求並順應科技變化來發展。

首先，故宮著眼於未來 AI 技術可能產生的助益，「數位典藏」的工作由早期的圖片、影像，慢慢發展至文字脈絡的整理。幾年前，國外就陸續發展出對話機器人的應用案例，包含簡訊互動、語音問答等各種服務。謝副處長說明，這些服務的關鍵在於資料建置，過去僅為個別單筆資料，現在需將知識之間的關係建構出來。由於 AI 機器的學習仰賴預設資料的完整性，為避免徒法不足以自行，故宮正著手於「後設資料 (meta data) 提供」的預備工作，藉此提升未來 AI 服務的準確度與可用性，以迎接下個時代來臨。

「數位展覽」是現在進行式，其中，線上 (on-line) 數位展廣義包含影片製作、網頁等，目前故宮已累積許多影像，網站也提供 720° VR 的服務；線下 (off-line) 實體數位展目前在國內外有許多展演經驗，在平時便可見其發揮功效，有時也會嘗試虛實並陳，例如「2018 年臺中世界花卉博覽會」，故宮以翠玉白菜搭配數位百駿圖，廣受民眾好評。

科技發展改變展示的型態，現已窺見在線下現場體驗的感官升級，以及在線上成為網路數位內容的一種選擇。謝副處長表示，現在技術仍有不足之處，例如 VR 頭戴顯示器價格高、穿戴負荷重，或是 VR 服務受限網路頻寬，操作體驗不夠順暢，但未來一定

會突破現有限制。故宮會持續加強個別數位展的體驗，當技術到位後，自主性高、互動性高的服務將可能促使民眾更樂於參與。

同時，可以試著思考如何建立展覽 O2O (Online To Offline) 的可能性，謝副處長以簡單易懂的方式舉例，若以轉化現有活動思考，如故宮每年舉辦競賽，由獲獎作品中選取可以量產的設計發展商品，未來或可轉為線上競賽、實體商品販售的模式。若以創新嘗試思考，未來也許能開放策展人規劃線上數位展，粹選具實體化可行性的優秀展覽，規劃為實體特展，讓民眾得以進入實體場域觀看、參與。O2O 模式目前具有無限可能與期待，也是博物館正在摸索開發的一條路。

「服務」想的則是如何創造優質且多元的服務，例如，現場購票的機制優化以縮短排隊人潮、提升旅客滿意度；改變館內導覽服務內容與展間現場的關係，消除早期導覽服務因不開放拍照等制度所產生的限制。謝副處長認為，制度與科技創新是緊密相關的，接下來期望藉由更智慧化的方式來改善現有服務。

(二) 公民素養與公共化的相互對話

另一股牽引人類文明發展的力量是人的內在素養，謝副處長分享近年觀察，無論是國會問政的素質，還是民眾參與的意見表達，皆可感受到人民素養正在改變。人民的參與度和分享力提高，反映的是國家富有，甚可視為地球村民主素養內化的表現。同時，科技的發展也可能催化參與分享的模式轉變，在線下轉移至線上的過程中，民眾的參與度和透明度會全面升級，對民主化有正向助益。文化資產開放為的是藏富於民，如此開放、參與、分享的互動關係，將為未來博物館帶來新的面貌。

隨著近年觀眾需求的變化，展示變得更加靈活、多元而有機。謝副處長說明，故宮每年有多場規模不一的外展，並且每兩年舉辦一次大型特展，例如 2018 年故宮南院奇幻嘉年華，便串聯多個國內外館際館藏，透過 VR 的形式來展現。大型特展結束後，可再依策展需求重新拆解為不同的子題，延伸後續價值，其中包含不定時與國內外其他館舍舉辦聯展。

館際合作或跨界合作會帶來 $1+1>2$ 的綜效，合作對象與綜效的想像有許多可能性，謝副處長接連分享了幾個近期有意思的經驗。當以文史為主軸的故宮博物院遇上強調地域性生態與文化的蘭陽博物館，便與不同觀展興趣的觀眾產生新的連結機會，蘭陽博物館的觀眾步入故宮特展的人次超乎過往紀錄。與國立海洋科技博物館合作的生物特展，讓古人所繪的海洋生物圖鑑與真正的海洋生物之間有了相互對照的機會，使相異的視角碰撞出新視野。與衛武營國家藝術文化中心合作的經驗則發現，受惠於交通地理位置，由捷運站出來的民眾有三成的比例會直接走入故宮數位展區，觀者年齡層幾乎涵蓋全民，而衛武營與故宮的連結，創造了表演藝術觀眾與文物展觀眾之間的聯集，無形中提升了民眾的觸及率。

謝副處長認為，數位化使得創造綜效的成本相對降低，目前引導觀者進入特定場域還是最有效的方式，國內有很多空間非常需要好的內容，國人也不一定有走進美術館、博物館的習慣，透過線下數位展能讓路過的民眾有機會走進展覽現場。面對數位與真實

在感受上的差異，謝副處長多年下來的感觸是，數位並非要取代真實，而是體現超乎真實的價值。

上位一層來看，素養的提升會帶來時代價值的演變。博物館過去的核心是發揮典藏、展示、研究、教育四大功能，近年的發展方向關注「平等、參與、多元、近用」的概念與價值，如同教育功能的內化，謝副處長期待，未來某天博物館可能將平權的價值內化於方方面面，追求下一個時代的價值目標。

(三) 影響力為適應時代變遷的關鍵

面對數位轉型對博物館收益結構的可能衝擊，謝副處長笑談，新的經濟會帶來新的競爭與新的收益，博物館身為文化資產的代管者，經營上不能僅關注利益最大化，因此無須過於擔心。例如，儘管現在民眾進入特定場域的衝動購買文創紀念品仍為主要消費力，當民眾的習慣改變，也許線上販售生活設計品將成為一種主流消費模式。關鍵在於，只要影響力持續提升，收益自然只增不減。

故宮博物院外有自然景觀，內有豐富文物，創造的價值不只是博物館消費的利潤，更包含整個城市乃至國家的助力。當故宮產製的影片在國際獲獎，為臺灣爭光的同時，也是透過文化內容的表現讓當地該領域的主流份子能認識臺灣。根據故宮對遊客的調查，超過 10% 的國外遊客表示，當在與臺灣鄰近或相似的城市之間抉擇時，臺灣的故宮博物院是左右抉擇的因素。因此，若能透過各類數位展不斷加深外國朋友對故宮的品牌印象，除可能帶動來臺觀光機會，不啻為一種文化外交。

謝副處長引述美國博物館學會 (American Alliance of Museums) 年會上，專家學者們的共同觀點：至 2040 年，社會上有些行業會消失，但博物館不僅會繼續存在，影響力將更勝於前。謝副處長放眼臺灣發展，臺灣近年博物館數量增加，民眾分配給文教休閒的時間及教育現場結合運用的比例皆高於過往，數位化與資料開放的推展，也促使教育、設計創作等方面的運用日漸便利。隨著社會的發展，人類為了生存而花的時間比例降低，有更多的力氣從事精神活動，而當文明的結晶不斷被納入博物館，更加深博物館的不可取代性，將有利於博物館的生存與永續。

第參部分、專家論壇

以文創內容做為觀光旅遊發展模式之探討 / 張重金助理教授

【作者簡介】

作者現職為國立屏東大學文化創意產業學系助理教授，現任屏東縣文化基金會董事、屏東縣社區大學文教發展協會理事長。研究領域為視覺藝術、人文地理、文創產業之動漫產業。

一、前言

在全球化、資本、人口逐一往都會區集中的當代，呈現出所謂的「競爭狀態時代」(Competition State Era)，促使全球各地許多農村和邊陲地區都出現少子化、人口外移、地方產業逐漸衰落的嚴重情況。在此之下，旅遊觀光業被各國政府視為能夠緩解和振興地方面臨經濟困難的良策。本文藉由日本以「文創內容」做為國家發展觀光旅遊之模式經驗，提供我們做為以文創內容帶動旅遊之參考。

二、以內容為旅遊目的當代觀光旅遊趨勢

山村.高淑(2011)說：「一個人旅行是為了尋找一個故事。當我們與人分享一個旅行就是在分享一個故事，這也是"旅遊"的文化精髓之一」。

在全球化的浪潮下，西方國家自福利國家全盛時期以來，認為工業化和經濟增長不再以之前所展現的快速速度出現，公共政策同時邁出了新的方向。故，無論是國內外，有愈來愈多的發展議題都趨向於強調突顯地方的文化獨特性，開始思考如何透過創意與文化的結合，成為區隔觀光市場的內容產業，讓每個地方獨特性地 IP 來吸引觀光客。就臺灣觀光業而言，週休二日的實施，對於國人旅遊的型態與需求產生了多元的變化。旅遊市場日趨成熟，隨著當代大眾傳播媒體地推波助瀾，人們的喜好和口味愈趨多樣化，最明顯之處即是從以往大山大水的自然景觀旅遊，逐漸邁入以人文故事為主的內容旅遊。因此，在國外，觀光客和各地政府開始認識到他們須尋求有"內容"的旅程編譯，檢討發展旅遊資源不僅僅是開發或建置"景點"，而是該賦予景點的生命與"故事"。換言之，通過分享"地方"故事的世界觀和在此土地上人文歷史的生命流轉，以及沉浸在他人"敘事性"中的旅程方式，對產生互動的方式給予了關注，方是長可久的觀光產業，他們稱這種旅遊為"內容旅遊"(山村.高淑，2011)。

如今，許多國內外已不乏成功的案例，促使希望藉由文創推動內容旅行（觀光）為地方經濟發展帶來新契機地機會也於焉展開。

三、當代視覺文化的旅遊消費觀

後現代的人文地理學有一「文化轉向」名詞，是有關視覺文化影響社會消費模式的一種觀察與分析。後現代社會是以視覺為中心的圖像符號元素所構成，其盛行的一個主要原因是“消費社會”的來臨。視覺文化一詞對於文化現象廣泛的認知包含繪畫、電影、電視、動漫畫的文化產品，以及以消費、享樂、休閒、旅遊、時尚等社會生活現象為內容（張興華，2017），這也是文創產業的主要產業項目。

在以國防戰略角度推動的內容旅遊產業，亞洲當以日本、韓國、泰國等最具代表。日本文創內容產業裡，帶動觀光熱潮最具代表與令國人印象深刻的，莫過於利用動畫熱播後，劇中的場景成為許多遊客必訪的景點之一。這種因動漫 IP 衍生的創意生活產業活動，成為日本最具代表的內容旅遊催化劑。韓國則隨著影視的熱播，組團去電影場景巡禮的遊客也不少。該國以國家之力推動的影視娛樂產業，多年來已形成一完整產業鏈，藉文創產業將“韓潮”推向了全世界。而我們熟知以影視、廣告等內容產業帶動旅遊的泰國，近年來也以影視作為帶動旅遊的國家戰略項目之一。像是《泰國世界日報》曾經報導泰國正在對亞洲和東協國家的遊客展開調查，統計遊客喜歡的泰國電影、電視劇類型，然後開發受歡迎電影、電視劇中的經典場景，讓遊客跟著電視劇遊覽泰國景點」（泰國世界日報，2017）。這種探訪故事發生場景的行為活動被業內稱為「聖地巡禮」。

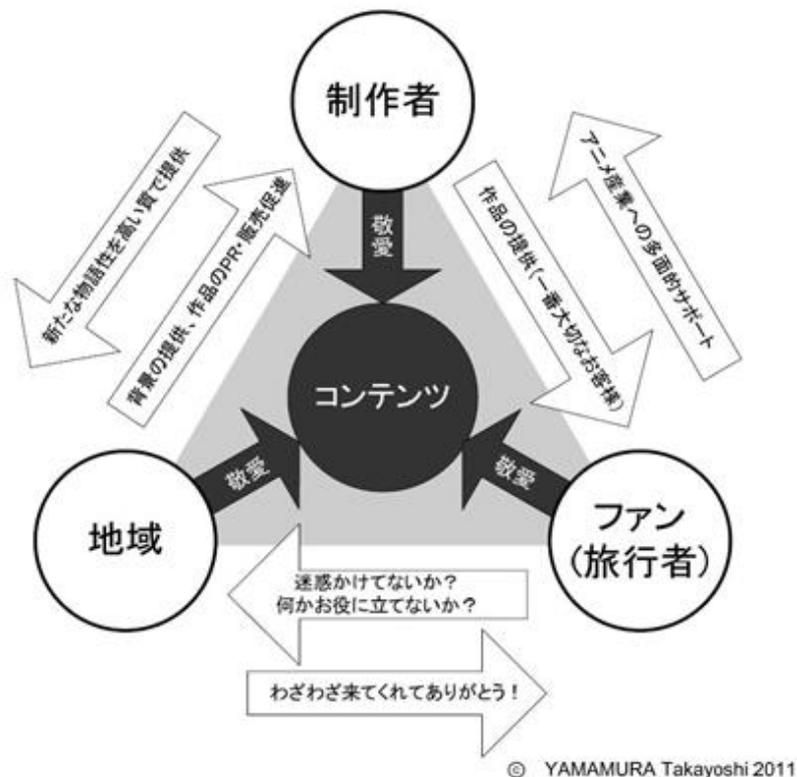
「聖地巡禮」是「宅文化」圈中一種常用的辭彙。具圈內人說法，這些影視、動畫取景地往往被影迷們稱之為「聖地」。「巡禮」即為影迷們透過自己選出喜愛的作品中故事發生的場域和地點，再安排規劃出來的旅遊路線親身造訪。這種將文化與旅遊結合在一起的活動行為，在日本被稱為「內容旅遊」（コンテンツツーリズム）。隨著原本就讓影迷們追尋的聖地巡禮活動再不斷地被媒體所報導下，更擴大了知名度，因而造就了以內容旅遊發展的典型案例。

在日、韓，這些有著優質作品與帶有濃郁的「場所精神」，甚至是置入「戀地情結」的宣傳下，動漫、影視逐漸成為了這些個國家的文化標誌，甚至以戰略性的思維將觀光旅遊業緊密地結合在一起。像是日本自 2002 年起，陸續制定了《觀光立國行動計劃》、《知識產權戰略綱要》、《知識產權促進計劃》等計畫，均將其作為一個前瞻性的戰略擴張計畫，它的目的主要是保存有吸引力的「內容」來加強地區的行銷傳播。方法是當媒體作品的取景地點決定後，協助克服其場地問題，及通過豐富視頻製作環境來支持促進地區發展，再利用與該地區有關的電影、戲劇、漫畫、動畫等視覺文化內容來推廣該區域。最後為明定兩者之間的協作方式，以提高區域視頻製作與內容利用的有效性等。報告書還指出，這類以地方景觀為場景或者置入地方文化習俗的影視作品，除了讓作品本身更加親近與具真實性外，更能豐富其作品的文化內涵，最終得以潛移默化、置入行銷的方式，介紹當地的文化進而促成地方產業經濟。

四、日本內容旅遊發展模式與經驗

山村.高淑 (2011) 認為內容旅遊與傳統旅遊的商業模式有著根本的不同，其旨在最大限度地提高區域利益。所以由文創人（設計師）透過地方盤點的故事（內容）元素所設計的故事，透過由地方、觀光客所組成的循環三角關係圖（下圖），就是藉由此三方合作來提升地方產業和品牌價值的“文創”推廣活動模式。也就是說，通過旅遊設計，三方中的每一方都以自我實現為目標，得以豐富他們各自的需求，這種旅遊方式有助於滿足旅遊發展、內容產業推廣和旅遊者自我實現三大面向。

該研究認為，以內容旅遊的結構與傳統的觀光經營者或以地區利益最大化為目標的商業模式根本不同。故，提出了地區=作者=粉絲（旅行者）的三角模型。強調這是三方合作，共同提高作品和地域價值的新的“社區商業”模式。換言之，通過旅遊，三者各自以實現自我為目標，以豐富擁有的資源為目的。可以說是建立觀光都市、振興內容產業、實現旅行者自我三點的旅遊模式。



資料來源：山村.高淑 (2011)。

圖 3-1 創作人、地方、旅客所組成的產業循環三角關係圖 (アニメツーリズムのためのトライアングル・モデル (「地域」「製作者」「ファン (旅行者)」の三者間の関係性の構築モデル))

例如：位於日本岩手縣的遠野市是日本各種妖怪傳說的發源地。這個人口僅約三萬人的小市鎮，早年由日本民俗學之父柳田國男 (Yanagita Kunio) 整理遠野鄉野傳說而出版的《遠野物語》一書後，有關妖怪的故事便廣為流傳。當地更被譽為河童的故鄉，使這個四周由蒼翠山景環繞的鄉鎮，更是增添了一絲謎樣氣氛。根據日本觀光局的介紹，拜各種相關影視、動漫、遊戲文本內容創作之賜，該鄉利用了此一文創元素打造了以河童故事為主題的文創旅遊勝地。像是從遠野車站前到廣場中的水池，街上到處都可以看見傳說中富有個性的河童雕像。市區中著名的各博物館，對河童等流傳在遠野的民間故事和風俗等均有詳細介紹，在其遊程中更是設計了許多有關河童相關的行銷活動與文創商品，每年均吸引大批遊客到訪，成為極具特色的內容旅遊成功案例。

五、期許與建議

隨著經濟進入以消費為導向的當代，從以往物質生活獲得滿足的同時，人們開始追求精神上的充實。近年來，無論官方或民間，普遍地形成了一股探討傳統文化產業的風潮，希望透過對文化資產的經營或觀光的推廣，進一步地推動對地方文化產業的經營與保存，思考的核心轉向於如何將地方的「價值」化為「利益」。當代藉由視覺圖像進而影響旅遊消費的案例不少，國內較耳熟能詳的，除了電影《海角七號》等電影拍攝場景所帶來巡禮的觀光客外，取自知名繪本作家「幾米」作品「記憶片刻風景」場景裝置藝術為主題的宜蘭「幾米主題廣場」，也是以故事、角色、圖像等帶來觀光人潮。另外，前陣子流行於全台的社區彩繪景點，或以卡通、動漫圖像、吉祥物等為號召的彩色稻田地景藝術，皆成了時下流行的網紅拍照打卡景點，帶動不少以視覺、地景為號召之旅遊。無論故事是原創或是想像，以故事為吸引的文創內容產業帶動地方的旅遊計畫，已成為當今促進觀光非常重要的策略之一。

如今的臺灣因城鄉差距加劇、人口分布失衡，偏鄉無不絞盡腦汁想利用旅遊觀光帶動逐漸沒落的地方產業，雖然其用心良苦，但是思維一直都停留在辦活動、建造無地方故事內容之景觀或空泛的社造活化空間議題上。除了抄襲借用外，以視覺文化圖像為主的影視或動漫圖像等 IP 帶動觀光產業的戰略性思維尚未成形。國內在影視部分已稍有經驗與成績之外，利用動漫衍生的圖像成功的部分幾乎沒有。若以文創思維所做的內容旅遊設計策略裡，如何將影視、動漫相關的 IP 利用極大化與資源整合，我們尚有許多需思考的事情與作為待努力。從國外的成功經驗看來，地方故事的內容設計相信對於大多數的觀眾來說，無論是改編還是原創，其實都不太在意，觀眾買單的是其故事的內容到底能不能打動人心，角色到底親不親民，讓觀眾興起前往旅遊的慾望才是最主要的。所以，內容旅遊的核心問題是在於創造一個「好內容」(好故事)，在他山之石下，有待政府與民間單位一起合作，透過獎勵機制與設計令其達成。

另外，搭載著當今最熱門的「地方創生」品牌建立議題，以「因地制宜」為臺灣地方盤點出的人文風情、地方特色，透過故事內容的「設計翻轉」模式，推動在地故事的文化觀光規劃下置入行銷地方產業，不僅提供遊客心靈上的滿足與新鮮感，也增進地方產業商機帶來新的能量與活化，更由於此產業的內容極需要由年輕人參與的創意推動，方能產生源源不斷創新與相互回饋的機制，進而可望吸引與增加青年返鄉或創業機會，達到藉由觀光帶動臺灣的地方創生與產業發展目的。

参考文献

1. 山村.高淑 (2011) 。 アニメ・マンガで地域振興は可能か？各地の試みから見たコンテンツツーリズムの可能性と課題。日本学術振興会「国際共同に基づく日本研究推進事業」『日本サブカルチャー研究の世界的展開―学術的深化と戦略的な成果発信』。神戸大学。
2. 張興華 (2017) 。詹姆遜後現代空間理論視野下的當代視覺文化研究。北京市:北京理工大學。
3. JAPAN 日本観光局 (2020) 。岩手縣 Iwate 遠野 Tono 。2020 年 2 月 28 日取自 <https://www.welcome2japan.tw/location/regional/iwate/tono.html>。
4. 泰國世界日報 (2017) 。電視劇帶動旅遊業 旅遊局重視明星效應。2019 年 10 月 2 日取自 <http://www.udnbkk.com/article-215954-1.html>。

第肆部分、國家專題

中國大陸 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情對於文化企業之衝擊概況與因應措施

一、前言

COVID-19 (武漢肺炎) 自去 (2019) 年 12 月以來，中國湖北武漢地區陸續發現多起不明原因的病毒性肺炎病例，並先後於泰國、日本、韓國出現武漢移入個案，疫情快速擴散至中國其他地區，而我國亦於 1 月 21 日出現第一起境外移入確診個案。持續至 2 月下旬，疫情快速蔓延至其他國家，出現疫情往西方國家蔓延態勢，世界衛生組織 (WHO) 於 2 月 12 日正式將武漢肺炎定名為 COVID-19，並隨著全球疫情快速蔓延，已於 3 月 11 日將其定性為「全球性流行病」。

肺炎疫情的爆發，對全球人類生命安全及經濟發展造成重大影響。根據聯合國開發計畫署駐華代表處及中國國家統計局相關資料顯示，中國 1-2 月之規模以上增加值、投資、消費皆較上年同期分別下滑 13.5%、24.5% 和 20.5%，失業率達到 6.2%。直至 3 月之規模以上增加值、消費皆較上年同期下滑 1.1%、15.8%，失業率已降至 5.9%，1-3 月之中國全國固定資產投資較上年同期下滑 16.1%，顯示相關跌幅已逐漸趨緩。另一方面，中國國家統計局於 4 月 17 日發布 2020 年第一季國內生產毛額 (GDP)，在全國大封鎖、生產大停擺的衝擊之下，國內生產總值人民幣 20 兆 6,504 億元 (約新臺幣 88 兆 8,173.7 億元)，較上年同期下滑 6.8%，為中國大陸自 1992 年發表 GDP 季度資料以來之最大跌幅、最低表現。

在面臨中國大陸整體經濟狀況受到肺炎疫情影響而大幅重挫的情況下，中國大陸文化相關產業方面在今年第一季的表現更是不盡理想。對此，中國大陸各省市、自治區政府已頒布相關紓困與輔導措施，希望藉由減輕文化相關企業的壓力，尤其文化相關企業多為中小微型業者，減緩相關業者的倒閉、文化從業人員的失業風險。

二、中國大陸文化相關消費減弱

COVID-19 (武漢肺炎) 重創各國文化產業，尤以中國大陸首當其衝，根據中國國家統計局所發布之 2020 年第一季中國全國人均教育文化娛樂消費支出為人民幣 350 元 (約新臺幣 1,505 元)，降上年同期下滑 36.1%，占中國全國人均消費支出的比重為 6.9%，是所以支出類別中降幅最大的類別，其中，中國全國第一季農村居民人均消費支出中的教育文化娛樂消費支出跌幅更高達 43.2%，僅為人民幣 200 元 (約新臺幣 860

元)。此外，受到疫情之相關停工停產措施的影響下，中國第一季文化、體育和娛樂業固定資產投資較上年同期下降 19.7%，高於整體固定資產投資的跌幅（-16.1%）。

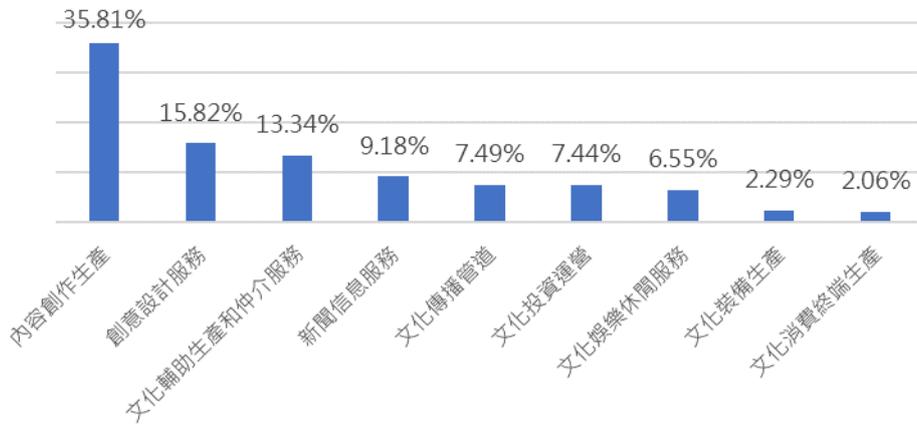
另一方面，亦根據中國國家統計局所發布 2020 年第一季中國全國社會消費品零售情況，社會消費品零售總額為人民幣 7 兆 8,580 億元（約新臺幣 33 兆 7,972.6 億元），較上年同期下滑 19.0%，若排除汽車消費，則為人民幣 7 兆 2,254 億元（約新臺幣 31 兆 764.5 億元），下滑 17.7%。而第一季中國全國線上零售額則為人民幣 2 兆 2,169 億元（約新臺幣 9 兆 5,348.9 億元），較上年同期下滑 0.8%，跌幅以較 1-2 月份減少 2.2 個百分點。其中，實體商品線上零售額為人民幣 1 兆 8,536 億元（約新臺幣 7 兆 9,723.3 億元），成長 5.9%，占整體社會消費品零售總額的 23.6%。另一方面，若細看消費類型，中國第一季體育、娛樂用品類商品零售類值為人民幣 143.3 億元（約新臺幣 616.3 億元），較上年同期減少 5.1%；中國第一季書報雜誌類商品零售類值則為人民幣 133.0 億元（約新臺幣 572.0 億元），較上年同期減少 15.3%。其中，在實體商品線上零售額之食品類和使用類商品分別成長 32.7% 和 10.0%、穿戴類商品下滑 15.1%。不過，在中國第一季教育文化和娛樂之消費者物價指數（居民消費價格），則較上年同期成長 1.9%。

透過上述相關數據可知，中國大陸文化與娛樂產業受到肺炎疫情的衝擊影響下，市場消費意願普遍不佳，其中，單就線上販售，以文化產業產品為大宗的穿戴類商品相較於其他食品類、使用類商品，表現亦不如以往，顯示在疫情的衝擊下，中國大陸民眾對於文化與娛樂相關商品的消費意願轉趨保守，進而提高中國大陸各大中小微文化企業的生存風險。

三、北京市文化產業疫情影響概況

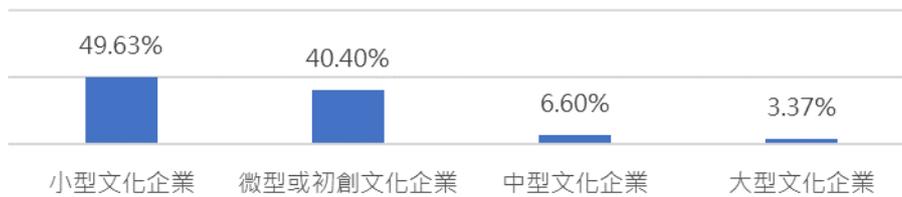
根據中國北京師範大學文化創新與傳播研究院於今年 2 月 10 日所發布之《新冠肺炎疫情之下北京 2,136 家文化企業經營狀態洞察》（以下簡稱《報告》），其針對北京市 2,136 家文化產業九大類的大中小微企業進行調查，以瞭解北京市各文化企業在肺炎疫情的衝擊下，所面臨的困難、障礙與期望等。

根據《報告》顯示，此 2,136 家文化企業中，以從事「內容創作生產」的業者占比最高（35.81%），其次為「創意設計服務」（15.82%），以及「文化輔助生產和仲介服務」（13.34%）之業者。其中，將近一半的業者為「小型文化企業」（49.63%），其次則為「微型或初創文化企業」（40.40%），上述二者合計占比高達 90.03%。



資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院 (2020)。

圖 4-1 受訪文化企業所屬類型



資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院 (2020)。

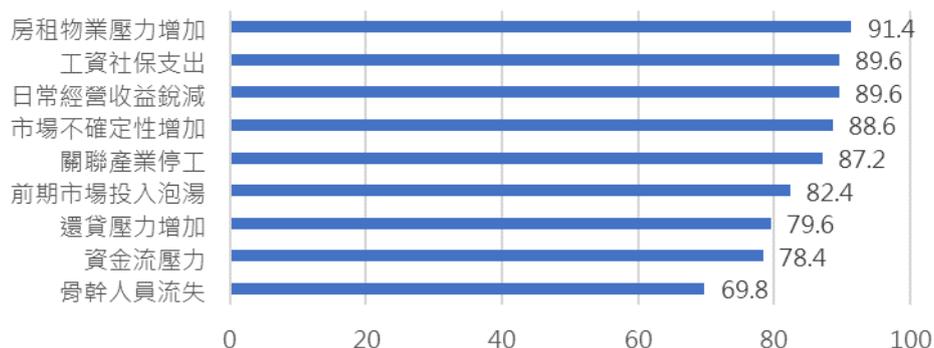
圖 4-2 受訪文化企業規模概況

而在這個超過九成為「小型」、「微型或初創」的北京文化企業之中，受到肺炎疫情影響的衝擊，相較其他產業而言，可能較為嚴重。根據《報告》指出，有 40.87% 的業者表示，肺炎疫情造成對企業的影響非常嚴重，其次則有 31.23% 的業者認為比較嚴重，以及有 24.02% 的業者認為有一定影響。總計共有 96.12% 的業者認為肺炎疫情確實對其營運造成影響。而關於北京文化企業對於肺炎疫情所帶來的衝擊，主要以「房租物業」、「人員工資與社會保險」，以及「日常經營收益銳減」等方面。



資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院 (2020)。

圖 4-3 受訪文化企業受疫情影響程度

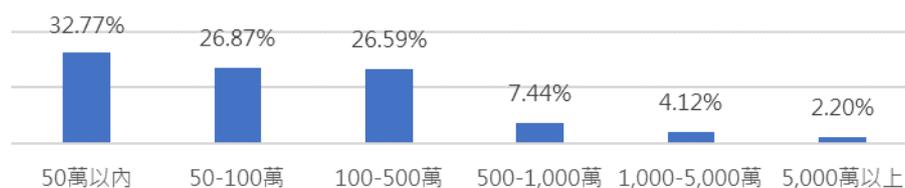


資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院（2020）。

圖 4-4 受訪文化企業受疫情影響的具體壓力表現（百分制）

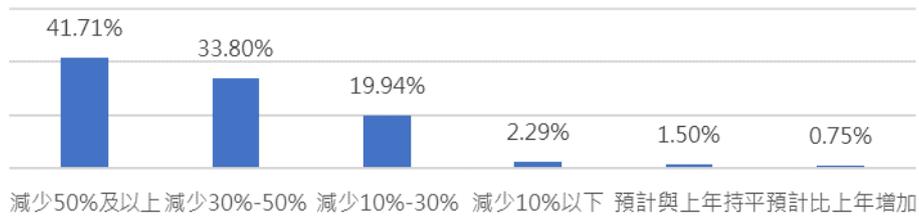
對此，這些受到肺炎疫情影響的文化企業，因其規模較小，使得其虧損情況多落在（86.23%）人民幣 500 萬元（約新臺幣 2,150.5 萬元）以下，其中又以虧損人民幣 50 萬元（約新臺幣 215.1 萬元）以內者之比例（32.77%）最高。亦因肺炎疫情對於文化企業已造成直接的衝擊，使得多數文化企業認為 2020 年全年營收較不樂觀，僅有 1.50% 的企業認為與 2019 年持平、0.75% 的企業認為將有所成長。因此，為求營運的維持，已有近五成的文化企業（45.31%）為降低人力成本考慮裁員。

文化產業之市場往往受到內容題材、製作週期，以及消費者需求等多重因素影響。而中國大陸受到肺炎疫情的直接衝擊，造成人潮聚集的線下消費場合被迫取消，以及業者對於未來產業發展的不確定性，使得專注在演出、影視、文旅、會展等行業的文化企業所受到的影響最為嚴重。



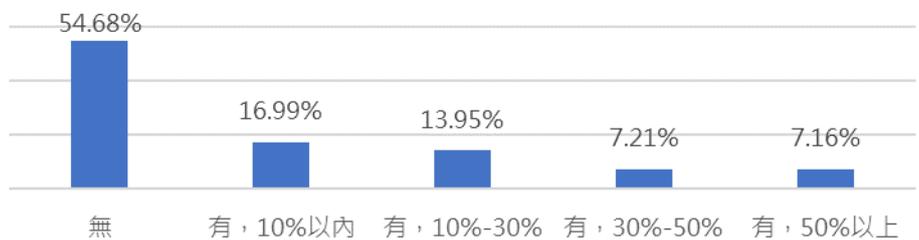
資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院（2020）。

圖 4-5 受疫情波及之受訪文化企業直接經濟損失概況（人民幣）



資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院 (2020)。

圖 4-6 與去年同期相比之受訪文化企業預估疫情對全年營收之影響

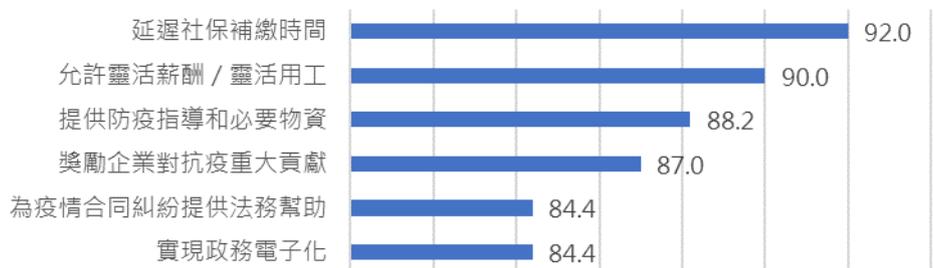


資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院 (2020)。

圖 4-7 計劃進行員工裁減之受訪文化企業比例

在政府輔導措施方面，北京的文化企業對於政府提供延緩「社會保險繳交時間」、
「薪資與勞動力靈活運用」、「提供防疫上的指導與必要物資提供」、「房租減免」、
「減稅 / 免稅」，以及「建立抗疫專項輔導基金」等措施有所期待。

另一方面，北京文化企業因應與減緩疫情之衝擊的方式，包括創新的辦公方式（如
遠端協同辦公）、創新的專案（如內容題材的改變），以及變更市場的檔期等。不過，
仍可發現到有 33.7%的文化企業並無任何因應措施，可能是缺乏輔導、缺乏資源、缺乏
想法，以及無法營運而選擇關閉。



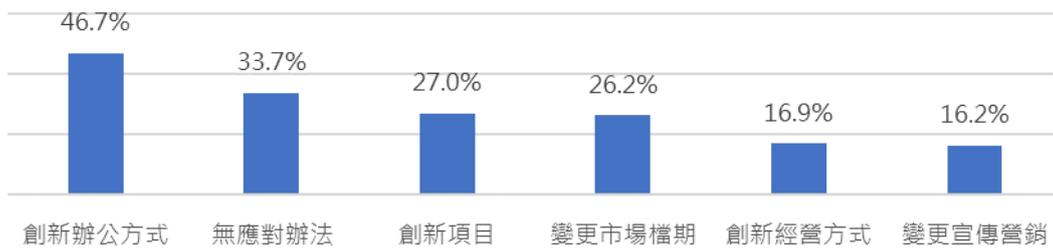
資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院 (2020)。

圖 4-8 文化企業對相關輔導獎勵政策的期待值 (百分制)



資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院（2020）。

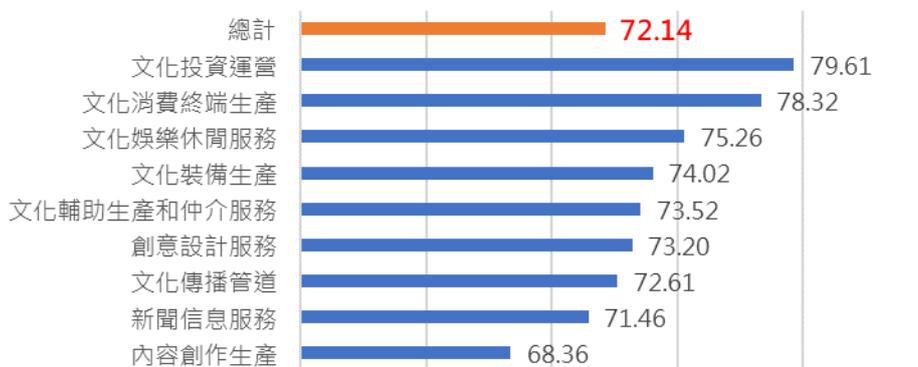
圖 4-9 受訪文化企業對財稅金融措施的期待值（百分制）



資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院（2020）。

圖 4-10 受訪文化企業抵銷疫情衝擊之創新作法

在該《報告》的最後，北京各類文化企業對於未來的信心指數，總體平均為 72.14 分，其中僅有「新聞資訊服務」、「內如創作生產」等二類業者對於未來展望的態度低於整體平均值。可能的原因，在於文化產業為高勞力、智力、創意投入的產業，在受到疫情的影響，需要適時地調整專案內容、生產週期與工作方式，使得相關的產出受到侷限。而直接面對市場端的業者，隨著數位平臺與行動通訊的普及下，相關文化與娛樂需求仍在，使得其對於未來展望較生產端樂觀。



資料來源：北京師範大學文化創新與傳播研究院（2020）。

圖 4-11 各類受訪文化企業之未來信心指數概況（百分制）

四、中國大陸政府對於文化企業因疫情所採取措施與政策

中國大陸各級政府為協助其境內文化企業對抗肺炎疫情所帶來的衝擊，紛紛推出許多紓困與輔導措施，並透過既有之相關「扶貧」政策，強化希望降低文化企業與從業人員的倒閉與失業風險。例如中國大陸中央政府之中國國家發展改革委等 23 個部門聯合頒布《關於促進消費擴容提質加快形成強大國內市場的實施意見》，提出大力優化中國國內市場供給、著力建設城鄉融合消費網路、持續提升居民消費能力、全面營造放心消費環境之系列政策措施；中國人民銀行實施金融定向降準，釋放長期資金，有效增加銀行支援實體經濟的穩定資金來源，每年可直接降低相關銀行付息成本約人民幣 85 億元(約新臺幣 365.6 億元)，透過銀行系統降低小微、民營企業貸款實際利率，直接受惠實體經濟。在地方政府方面，如北京市之《關於應對新冠肺炎疫情影響促進文化企業健康發展的若干措施》、《新冠肺炎流行期間北京市電影行業復工防疫指引(1.0 版)》，以及上海市之《全力支援服務上海市文化企業疫情防控平穩健康發展的若干政策措施》、《電影院(城)復業防疫技術指南》等。

另根據中國文化和旅遊部資料顯示，中國大陸各省、自治區、直轄市之文化和旅遊相關部門、廳處紛紛頒布相關文化企業輔導與紓困措施，相關措施含括資金支持、金融扶持(輔導)、稅率(費)優惠、社會保障、公共(用)事業、物業租金、穩崗就業、其他等八大面向措施，並搭配各式網路工具，進行「有序開放、狠抓線上、幫扶企業」之工作，透過新型態的消費模式，讓文化產業展現出強大的生命力。

其中，「有序開放」為精準有序扎實地推動文化和旅遊企業復工復產；「狠抓線上」意即加快發展數位文旅產業，例如在疫情中催生的新業態、新消費不斷成長，特別是基於 5G、人工智慧的新技術，並同時促進產業深度融合與改善供給結構；「幫扶企業」則積極為文化和旅遊企業紓困解難。

中國文化和旅遊部產業發展司司長高政表示，雖然文旅產業受到肺炎疫情衝擊較大，但雲端旅遊、雲端娛樂、線上博物館等新業態快速發展，數位文旅消費逐漸成為新興焦點。例如數位文旅產業異軍突起，包括網路動漫、網路音樂、網路直播、短影音平臺等業態流量大幅成長，各大線上旅遊平臺紛紛推出雲端旅遊服務，以及各地博物館推出 2,000 餘項線上展覽等。

五、結論

COVID-19(武漢肺炎)疫情嚴重衝擊中國大陸經濟表現，其中文化相關產業又為受衝擊最嚴重的產業之一，各文化企業除了紛紛自救外，亦希望中國大陸政府提供相關協助。不過，根據北京師範大學的調查顯示，仍有近三成的北京文化企業面對肺炎疫情的衝擊沒有任何因應措施，以致可能無法順利度過疫情衝擊的低潮期，中國大陸政府除了相關的實質經濟協助外，可能亦須加強引導業者因應疫情衝擊的各式輔導措施，以減緩肺炎疫情對於整體文化產業的衝擊。對照我國當前文化部相關紓困輔導措施的推展作法上，亦有可參考之處。

另一方面，雖然根據中國大陸政府官方統計顯示，中國第一季文化產業的表現不盡理想，但受到停工、停產、封城的影響，使得「宅經濟」對於整體經濟的貢獻大幅成長。例如中國遊戲大廠：完美世界之第一季淨利成長 60%；另根據中國音像與數字出版協會遊戲工委所發佈之《2020 年第一季度中國遊戲產業報告》顯示，2020 年第一季度中國遊戲市場實際銷售收入為人民幣 732.03 億元（約新臺幣 3,148.5 億元），較上一季成長 25.22%。其中，行動遊戲市廠營收達人民幣 553.70 億元（約新臺幣 2,381.5 億元），較上年同期成長 37.63%。

參考文獻

1. 曲曉燕 (2020)，統計局：一季度人均教育文化娛樂消費支出下降 36.1%。中國文化報，http://www.ce.cn/culture/gd/202004/20/t20200420_34727520.shtml。
2. 聯合國開發計畫署駐華代表處 (2020)，《新冠肺炎疫情對中國企業影響評估報告》。
3. 單曉冰 (2020)，一季度社會消費品零售總額 78580 億元 同比名義下降 19.0%。中國經濟網，http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202004/17/t20200417_34711985.shtml。
4. 北京師範大學文化創新與傳播研究院 (2020)，《新冠肺炎疫情之下北京 2,136 家文化企業經營狀態洞察》。
5. 林秀敏 (2020)，如何推動文旅消費？文化和旅遊部總結出 12 個字。央視網，http://www.ce.cn/culture/gd/202003/19/t20200319_34523896.shtml。
6. 張靜 (2020)，文化和旅遊部多措並舉促進消費回補潛力釋放。中國旅遊報，https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202003/t20200319_851986.htm。
7. 車輝 (2020)，擴大消費是對沖疫情影響的重要著力點。工人日報，http://www.ce.cn/culture/gd/202003/18/t20200318_34507476.shtml。
8. 王觀 (2020)，金融機構發放優惠利率貸款 1,114 億元支援企業復工復產。人民日報，http://www.ce.cn/culture/gd/202003/18/t20200318_34507393.shtml。
9. 袁秀月 (2020)，復工成電影業最大難題？多地出臺「硬核」幫扶措施。中國新聞網，http://www.ce.cn/culture/gd/202003/19/t20200319_34523892.shtml。
10. 李卓 (2020)，報告：2020 年第一季度遊戲產業收入達 732 億。中國經濟網，http://www.ce.cn/culture/gd/202004/20/t20200420_34732406.shtml。

第五部分、重要國家文化產業情勢動態

一、日本

近兩個月 (02/21~04/20) 的日本文化與創意產業的發展，主要聚焦在文化觀光，以及面對 COVID-19 疫情對動漫、影視、現場演出等各產業的影響與衝擊。

文化觀光，由於疫情影響，各國紛紛發布鎖國、封城措施，使得日本 3 月份外國人入境數為 15.2 萬人，較去年同期減少九成以上，且主要是中國大陸與韓國的入境人數明顯減少。日本觀光廳為促進當地旅遊消費恢復於 4 月 7 日提出四項措施以增進國內外旅客對於日本旅遊的需求，其中包括刺激人們國內旅遊需求的措施，給予如餐飲、住宿、交通設施等折扣優惠卷。而為促進日本當地文化旅遊，近期當地政府提出一項以博物館、美術館、廟宇和神社等文化觀光設施為核心的地區促進文化觀光的法案，該法案主要是透過與 DMO，旅遊協會，旅行社等機構合作，並加強相關設施資訊的數位化和多種語言化、提供 Wi-Fi 與無現金支付等，以提高該地區文化資源的整體吸引力和改善接待遊客制度等項目。

面對 COVID-19 疫情在日本持續延燒，根據日本當地諮詢公司針對日本文化藝術領域的個人與組織進行此次疫情的影響，其中有八成以上的受訪者面臨經濟的損失，且有九成以上認為日本政府提供的補助措施還有不足之處。顯示此次疫情對於文化與內容的各產業來說，影響非常多面。

首先，動漫產業因長期多仰賴代工模式，且目前多移轉至韓國與中國大陸的工作室，在各國多因防疫關係鎖國，目前全球交通運輸中斷，導致外包公司無法將動畫原稿運送至日本國內，使得疫情無法如期完工，在此之下，多部劇場版動畫如《大雄的新恐龍》與《Re：從零開始的異世界生活》第二季均延後上映時間。

其次，對電視產業來說，因 2020 東京奧運確定延期，使各電視台既定播映奧運比賽的時數成為空檔。而在演藝人員、拍攝人員的確診人數增加，使節目拍攝存有困難，包括春季最新戲劇節目《半澤直樹 S2》、《我的家政夫大叔》、《派遣女王 S2》以及《BG 終極保鏢 S2》等均宣布延後播出、停拍等，如期播出的節目少之又少，使得近期部份日本電視台僅能用舊作重播墊檔，此情況也影響到電視台的廣告收入。不過值得注意的是，由於疫情關係，民眾降低外出活動，在家休閒的時間增加，在此之下也使得電視台的收視率有所提升，且不僅限於具即時性質的新聞節目，包含教育、生活娛樂等類型的節目收視率均較上年同期有提供的情形。

第三，對電影產業來說，首當其中是電影院經營，其中又以獨立戲院的營運更為困難，如東京都在《緊急情況宣言》情況下，電影院均已暫時歇業。另外，則約有近 30 部日本真人、動畫電影相繼延後檔期，此部分將影響相關宣發費用。而對整個產業來說，須留意的是即便在疫情結束之後，民眾進電影院看電影的意願仍有所影響，以美國來說，預期民眾的信心恢復期至少需要半年以上，因此本年度電影市場若要恢復到疫情之前的情況，仍有困難。因應此情況，日本電影業者即推出線上看片服務，只要支付相關費用，

即能無限制欣賞特定獨立電影。另有電影發行商計畫在網路上映電影，消費者可進入「虛擬電影院」欣賞電影，而該筆費用會分配給觀眾選擇的影院以及發行商。

第四，在日本政府公告建議中止或延後各項集會活動後，日本各類現場演出都被迫中止，唱片發行連帶延期。包含表演藝術與流行音樂等現場表演活動初估已超過 1,500 場以上的演出被取消或延期，影響到表演者、工作人員的生計，不過各公司亦開始透過線上方式，與粉絲進行互動，如將過往演唱會片段免費在 YouTube 公開、舉辦線上演唱會等。

最後，在疫情尚未明確趨緩之際，為降低對各產業的衝擊，日本政府陸續推出相關支援對策，如東京都政府預計提撥 5 億日圓（約新臺幣 1.42 億元）的預算針對音樂、戲劇、傳統藝術等藝術領域提供運用線上發布作品給予補助，若藝文工作者、藝術家在網路上發布相關作品，預計每件作品最多可獲得 100 萬日圓（約新臺幣 28.4 萬元）補助。日本文化廳則是在 4 月 9 日發布「票卷捐款節稅」措施，針對受疫情影響而停止的藝文活動與運動賽事，提供民眾「不退票」的選擇權，以降低活動取消其相關團體的影響。而為激勵民眾不退票，只要是經認定的活動，主辦單位提供「放棄退票」的證明，消費者則可將此門票費用抵免稅金，每 1 萬日圓（約新臺幣 2,840 元）的票卷最多可折抵 4,000 日圓（約新臺幣 1,135 元）。

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
企業の文化投資は経済界・文化界に何をもたらすか？ シンポジウムレポート	TOKYO ART BEAT	2020/02/22	企業文化投資給經濟和文化領域帶來了什麼？專題報告
特別展「日本の伝統芸能」の記者発表及び日本博オープニング・セレモニー制作発表会を実施	紀伊民報	2020/02/24	特別展覽“日本傳統表演藝術”新聞發布會和日本博覽會開幕式
コロナ影響がアニメ業界直撃 中国依存で制作に支障	日刊スポーツ	2020/02/25	日本動畫仰賴中國生產，使新冠疫情衝擊日本動畫產業
文化観光推進で新法 拠点施設中核に環境整備	観光経済新聞	2020/03/02	通過促進文化觀光法案，改善文化設施基地的環境
「日本博」JAL 特別塗装機（デカール機）の就航	福島民友新聞	2020/03/03	日本世博會 JAL 專用塗佈機投入使用
音楽教室对 JASRAC 訴訟の第一審判決は JASRAC 勝訴（まとめ）	産経新聞	2020/03/05	針對音樂教室的 JASRAC 案件判決勝出 JASRAC（摘要）
日本秀動漫軟實力 鋼彈上太空應援東京奧運	聯合新聞網	2020/03/05	日本秀動漫軟實力 鋼彈上太空應援東京奧運
海外と日本でアニメの“制作方法”はどう違う？ Netflix オリジナル作品『アニメ世界への扉』から分析	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/03/05	海外和日本動畫的製作方法有何不同？Netflix 原創作品《アニメ世界への扉》的分析

標題	來源	日期	中文標題
《海獸之子》獲得日本第 23 屆文化廳媒體藝術祭動畫類大賞	GNN 新聞	2020/03/06	《海獸之子》獲得日本第 23 屆文化廳媒體藝術祭動畫類大賞
びわ湖ホールオペラ無観客上演・ネット中継はどのように実現したか～文化や経済の黄昏を招かないために	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/03/11	琵琶湖音樂廳歌劇的無觀眾表演和線上播放是如何實現的？
クールジャパン戦略のいま～自民党にて	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/03/14	自民黨現在的酷日本戰略
哆啦 A 夢電影無限延期！COVID-19(武漢肺炎)肆虐 日本動漫業瀕臨崩解	聯合新聞網	2020/03/14	哆啦 A 夢電影無限延期！COVID-19(武漢肺炎)肆虐 日本動漫業瀕臨崩解
若手日本画家たちの桜の絵画でビルをラッピング～アートの街・京橋で圧倒的スケールのお花見体験	PR TIMES	2020/03/16	用年輕日本畫家的櫻花畫包裹建築物-在藝術城京橋體驗壓倒性的櫻花觀賞
【データ】2019 年 沖縄県入域観光客	觀光經濟新聞	2020/03/16	【數據】2019 年 沖繩縣國內外觀光客
印象派の絵画に入り込む没入体験ミュージアム「Immersive Museum」鑑賞者の動きに連動する“インタラクティブ展示エリア”を新たに公開	PR TIMES	2020/03/16	身臨其境博物館，沉浸式體驗博物館，入駐印象派繪畫
新型コロナと芸術文化 灯を絶やさない手立てを	毎日新聞	2020/03/19	COVID-19(武漢肺炎)對文化藝術的影響
アニメや漫画やゲームのような日本のサブカルチャーへの海外の関心度をさぐる(2020年公開版)	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/03/22	探索國際市場對動畫、漫畫和遊戲等日本文化的興趣
レバテック、フリーランス Web クリエイターの案件動向調査結果を発表、フロントエンドエンジニアは人材不足の傾向	CodeZine	2020/03/23	Levertech 公佈了一項自由職業網站創建者項目的調查結果，前端工程師往往缺乏人力資源
経産省、eスポーツ市場の成長支援 官民協力で法整備、経済効果 3000 億円目指す	毎日新聞	2020/03/23	經濟產業省支持電子競技市場的增長
街づくりに芸術の視点 神戸市が美術専攻者らの採用枠	日本經濟新聞	2020/03/25	從城市規劃藝術的角度看神戸市美術專業人才招募框架
京都で起きている新型コロナ「観光崩壊」の悪夢	president.jp	2020/03/26	COVID-19(武漢肺炎)對京都旅遊業的衝擊
高松塚古墳壁画の修復完了 文化庁、保存・展示施設検討へ	産經新聞	2020/03/26	高塚鈴墓壁畫修復工作已完成。

標題	來源	日期	中文標題
阿蘇、世界遺產へ再挑戦 熊本県と地元自治体	熊本日日新聞	2020/03/27	麻生太郎再次挑戰世界遺產熊本縣和地方政府
日本最年輕文學獎得主 14 歲出道作寫人間百態	中央通訊社	2020/03/31	日本最年輕文學獎得主 14 歲出道作寫人間百態
若者が福島県・郡山の魅力発信 産学官連携で PR ムービーやオリジナル商品発表	旅行新聞新社	2020/03/31	與產業、學術界和政府合作，年輕人在福島縣公關電影中展示郡山的魅力
岐阜県関市がアニメ「刀使ノ巫女」の聖地として選出！聖地巡礼で日本刀文化を盛り上げる	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/03/31	岐阜縣關市被選為動漫“劍客祭司！”的聖地！通過神聖的朝聖來增強日本劍文化
日本から世界最高の音楽生成ニューラルネットワークを生み出す！AI x MUSIC 時代の未来の音楽教育を実現するオンライン音楽テクノロジースクール CANPLAY を世界に向けグローバル展開します	時事通信	2020/04/01	創建來自日本的世界上最好的音樂生成神經網絡！線上音樂技術學校 CANPLAY 的全球發展，實現了 AI x MUSIC 時代的未來音樂教育
最新技術で文化財修復 富山大芸術文化学部にて技藝院	北日本新聞社	2020/04/01	用最新技術修復文化財產
【事後レポート】ネイキッド、パブリックアートで交通整理の課題解決	PR TIMES	2020/04/01	[事後報告] 用公共藝術解決交通管制問題
観光主力 6 団体が観光庁長官に要望書、新型コロナで未曾有の苦境、中長期的な経営基盤の強化への政策など求め	トラベルボイス	2020/04/01	六大旅遊組織要求日本觀光廳針對此次因 COVID-19(武漢肺炎)疫情所造成的衝擊，加強中長期基礎政策
外出自粛でテレビ視聴率は上がっているのか、ビデオリサーチのデータが示す意外な結果	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/04/03	電視收視率是否因民眾在家自我約束而提高，研究數據顯示意外結果
新作だけがTV番組じゃない！～コロナ危機と五輪延期で変わるテレビ～	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/04/05	因 COVID-19(武漢肺炎)疫情危機和東京奧運會延期，使電視發生了變化
日本の食ミュージアム構想。キーワードは、“リセット2020” 【BEYOND 2020 NEXT FORUM 総合セッション】	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/04/05	日本食品博物館的概念，關鍵字是“Reset 2020”
ポスト・コロナ時代の需要喚起のやり方は？ その有効性と限界を分析した【コラム】	トラベルボイス	2020/04/06	後疫情時代如何刺激需求？分析其有效性和局限性
疫情衝擊！日本近30部電影暫緩上映 「京都動畫」新片也將延檔	CTWANT	2020/04/06	疫情衝擊！日本近 30 部電影暫緩上映 「京都動畫」新片也將延檔

標題	來源	日期	中文標題
#VALUE!	東亞日報	2020/04/07	電影院上映後要去 VOD 市場嗎？COVID-19(武漢肺炎)疫情衝擊電影發行
IDEAS FOR GOOD、京都市觀光協會と連携。「Kyoto City Official Travel Guide」へ記事提供を開始	時事通信	2020/04/07	IDEAS FOR GOOD 與京都市觀光協會合作，開始向《京都市官方旅行指南》提供文章
日本の伝統文化を残すということ	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/04/07	保留日本傳統文化
映画館に来ないで T シャツ買って！存続に向け関西のミニシアターが共同プロジェクト	神戸新聞社	2020/04/07	不要來電影院買 T-shirt！關西迷你劇場聯合生存項目
観光庁 2020 年度補正予算を発表。国内旅行旅行商品の大幅割引など 4 つの施策でコロナウイルス終息後の需要促進へ	やまところ.jp	2020/04/08	日本觀光廳宣布了 2020 年補充預算，通過國內旅行產品大幅折扣等四項措施促進冠狀病毒終止後的需求
新型コロナ感染拡大、訪日旅行に打撃	観光経済新聞	2020/04/08	日本 COVID-19(武漢肺炎)疫情蔓延，衝擊訪日遊客
文化芸術にはコロナ緊急支援なし...ミニシアター消滅危機で映画業界も大ピンチ	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/04/09	文化藝術領域無針對 COVID-19(武漢肺炎)疫情衝擊的緊急支援，小型電影院即將消失
停拍、延播 肺炎疫情讓日本影視界上演「奪戲之春」	噓!星聞	2020/04/09	停拍、延播 肺炎疫情讓日本影視界上演「奪戲之春」
從英雄美人到霍亂退治：日本浮世繪的江戶庶民萬象	udn 聯合新聞網	2020/04/10	從英雄美人到霍亂退治：日本浮世繪的江戶庶民萬象
日本文化廳推出「票卷捐款節稅」方案	謬斯客 MUZIK	2020/04/11	日本文化廳推出「票卷捐款節稅」方案
曖昧だった「ダンスの著作権」を変えるのには AI が役に立つ	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/04/12	人工智能可以幫助改變模糊的“舞蹈版權”
日本推出「虛擬電影院」付台幣 840 元可看 60 部電影	民視新聞	2020/04/12	日本推出「虛擬電影院」付台幣 840 元可看 60 部電影
苦境下の「人気観光地」がいますべきこと	東洋經濟	2020/04/13	陷入困境的“熱門旅遊勝地”應該是什麼
「アーツコミッション・ヨコハマ」2020 年度クリエイター助成案件を募集	横濱經濟新聞	2020/04/13	横濱藝術委員會尋找 2020 年創作者資助項目
外国人の入国者 9 割超減、3 月中韓など大幅減	日本經濟新聞	2020/4/14	3 月訪日外國客人數減少了 90% 以上
東京都、アーティスト支援策に 5 億円。ウェブ上に作品掲載・発信	YAHOO! JAPEN NEWS	2020/04/15	東京督提供 5 億日圓支持藝術家在網絡上發布和傳輸作品
我們未來再相見！瘟疫存亡時刻，日本獨立電影院自救大爆發	端傳媒	2020/04/15	我們未來再相見！瘟疫存亡時刻，日本獨立電影院自救大爆發

標題	來源	日期	中文標題
發			
9 割が「国の金銭的支援不十分」。新型コロナによる芸術文化活動への影響が明らかに	美術手帖	2020/04/15	90%是“國家財政支持不足”。揭示了新電暈對藝術和文化活動的影響
日本疫情延燒 東野圭吾首度將作品電子化	中央社	2020/04/17	日本疫情延燒 東野圭吾首度將作品電子化
「アーツコミッション・ヨコハマ」2020 年度クリエイター助成案件を募集	横濱經濟新聞	2020/04/13	横濱藝術委員會尋找 2020 年創作者資助項目
外国人の入国者 9 割超減、3 月中韓など大幅減	日本經濟新聞	2020/04/14	3月訪日外國客人數減少了90%以上
東京都、アーティスト支援策に 5 億円。ウェブ上に作品掲載・発信	YAHOO! JAPAN NEWS	2020/04/15	東京督提供5億日圓支持藝術家在網絡上發布和傳輸作品
我們未來再相見！瘟疫存亡時刻，日本獨立電影院自救大爆發	端傳媒	2020/04/15	我們未來再相見！瘟疫存亡時刻，日本獨立電影院自救大爆發
9 割が「国の金銭的支援不十分」。新型コロナによる芸術文化活動への影響が明らかに	美術手帖	2020/04/15	9 成以上認為“國家財政支持不足”，揭示了 COVID-19(武漢肺炎)疫情對藝術和文化活動的影響
日本疫情延燒 東野圭吾首度將作品電子化	中央社	2020/04/17	日本疫情延燒 東野圭吾首度將作品電子化

二、韓國

近兩個月 (02/21~04/20) 韓國文化情勢動態，圍繞在 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情之議題，其中，電影、觀光、出版等產業皆有推出相應的措施以預防疫情帶來的衝擊。為了防止疫情持續擴散，近日文體部針對立中央劇院、國立國樂院、正洞劇院、明洞藝術劇場、國立亞洲文化殿堂等五大國家演出機構及其他二十四個文化場館，下達延長休館期指令。後續是否重新開啟上述文化館舍，將視疫情擴散趨勢而定。然而，為了讓民眾在保持社交距離的情況下，仍能進行文化參與，三月底文體部架設文化訊息匯集網頁，讓民眾可以在家欣賞國家文化藝術團體 (組織) 的線上動態演出或靜態展覽內容。另一方面，即便疫情持續在全球蔓延，文體部仍不忘持續推動地區性的文化振興，以「地區文化振興法」為基礎，於 4 月 17 日至 7 月 24 日進行「第三屆文化城市」競賽，主要是希望每個地區能有效運用地方特有文化資源，透過社區自導的公私合作系統，突顯城市的文化獨特性。為了同步推進地區基礎建設與文化事業，從今年開始，文體部特別擴大與其他部門的合作，例如國土交通省、教育部、行政安全部，希望能為文化城市提供更多面向的協助。最終於 2021 年被批准為文化城市者，文體部將提供其五年的建設經費、專家諮詢以及與其他文化城市交流的機會。

在影視產業方面，南韓首爾一個足球運動公園不畏疫情延燒，當韓國紛紛關閉室內娛樂場所，要求民眾保持社交距離的時候，足球運動公園臨機一動，仿效歐美地區提供汽車電影院服務。由於露天汽車電影院的觀影模式，能拉開觀眾之間的距離，門票剛推出，即在短時間內被搶購一空。顯示曾經在歐美地區大受歡迎的露天汽車電影院，在這個時空背景下再度於韓國當地翻紅。而遊戲產業方面，近期的大事件主要圍繞在 2018 年 6 月韓國知名遊戲開發商 WEMADE 和浙江九翎爆發的手遊「王者傳奇」侵權爭議終於有所定案。雖然當時浙江九翎已和 WEMADE 簽署 IP 代理權，惟九翎並未如期支付代理費，因此 WEMADE 向國際商會 (ICC) 提出訴訟，今年三月底終於勝訴，九翎將賠償 WEMADE 約 825 億韓元 (約新臺幣 20.2 億元)。

在旅遊產業方面，韓國觀光公社三月底公布二月國外觀光客人數最新數據。受到 COVID-19 (武漢肺炎) 影響，二月訪韓外籍旅客較上年同期衰退逾四成；另外，為防止疫情擴散，韓國針對中國採取嚴格入境管制措施，以致中國旅客人數在當月驟減近八成。而來自香港及臺灣的旅客人數也分別下滑 59.1%、43.9%。日本則因兩國關係已從去年七月受貿易戰而陷入僵局，因此僅小幅下滑 0.9%。因應上述旅客市場狀況，文體部自二月中旬開始針對觀光產業施行緊急財務援助，擴大一倍旅遊振興開發融資基金。目前韓國有愈來愈多旅行社申請資金援助，截至三月中旬，已有 795 家公司向信用擔保部門申請貸款，貸款金額總計達 464 億韓元 (約新臺幣 11.5 億元)，其中，又以小型旅行社依賴程度較高，其申請金額占貸款總額之比例高達 76.0%。另一方面，為了改善融資處理速度，文體部已經擴大與信用擔保基金會、農業合作銀行等機構的合作。

在出版產業方面，三月中旬文體部公布「2019 年全民閱讀調查」結果。過去一年韓國成年人的紙本書閱讀率及閱讀量皆呈下滑景況，惟電子書在上述兩大閱讀指標的表現皆優於上年調查結果。觀察過去兩年各年齡層民眾的整體閱讀率 (紙本書與電子書合計) 變化，發現老年人及小城鎮居民在整體閱讀率的降幅較大。進一步調查民眾缺乏閱讀的

原因，成年人以「閱讀書籍以外的內容」(29.1%) 占比最高，顯示當今數位時代促使內容資源多元化，是導致民眾閱讀率下滑的主要原因之一。因此，近日文體部除了推行《第三項促進閱讀文化基本計劃》(2019-2023) 以促進全民閱讀，同時也將依據此次閱讀調查結果制定相應的政策，針對老年人、低收入戶或小城鎮居民提供特製化的政策支持，並因應民眾數位化閱讀趨勢，優化電子書及有聲書的全民閱讀環境。另外，從四月份開始，文體部、韓國文化產業振興院攜手向民眾免費提供電子書、有聲書及紙本書。文體部認為，受疫情影響，民眾戶外活動愈發困難的情況下，閱讀是最好的文化活動之一，因此鼓勵民眾參與「與書保持零距離」活動，同時也希望民眾能把防疫時期作為重拾閱讀文化興致的機會。由於市民很難在防疫期間直接進出書店，因此文體部與日本出版社 (Japan Publishing Agency) 以及教保文庫³ 合作，以家庭書店的概念建立一個借閱平臺，自四月起，每人可在平臺上免費借閱兩本電子書或有聲書，當八十萬冊圖書被借閱完畢後，此活動就會提前結束。除此之外，民眾也可以透過線下的方式向周遭友人贈送紙本書，從 4 月 1 日至 4 月 10 日，每天接受五百人申請，以先搶先贏的方式，免費提供 5,000 本書供民眾閱讀或贈送。

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
한중일 이스포츠 첫 대회, 성공적 개최 준비 시작	韓國文化體育觀光部	2020/02/28	首屆中日電子競技比賽成功開始籌備
'2020 지역 관광기업지원센터 구축' 대상지로 경남, 대전-세종, 인천 선정	韓國文化體育觀光部	2020/03/23	被選為慶南，大田世宗和仁川作為“2020年區域旅遊企業支援中心建設”的目標
강릉시, 부산 북구, 밀양시, 장수군, 청주시에 '꿈꾸는 예술터' 만든다	韓國文化體育觀光部	2020/03/24	清州市江州市郡密陽市釜山市北區江陵市“夢想藝術中心”
국내외 한국문학 활성화를 위한 문학진흥정책위원회 2기 출범	韓國文化體育觀光部	2020/03/27	成立了第二屆文學促進政策委員會，以在國內外推廣韓國文學。
우리나라 저작권, 역대 최대 규모 무역수지 흑자 달성	韓國文化體育觀光部	2020/03/27	韓國版權，實現最大貿易順差
코로나 19 피해 사립 박물관·미술관 현장 방문	韓國文化體育觀光部	2020/03/25	武漢肺炎損害私人博物館，美術館參觀網站
우리나라 저작권, 역대 최대 규모 무역수지 흑자 달성	韓國文化體育觀光部	2020/03/27	韓國版權，實現最大貿易順差
전국 관광자원개발 정보를 누구나 이용할 수 있습니다	韓國文化體育觀光部	2020/03/26	每個人都能獲得國家旅遊資源開發信息

³教保文庫是韓國的一家大型連鎖書店，隸屬於教保集團。全國擁有超過 20 家分店。該店與永豐文庫並列為韓國兩家大型連鎖書店。

標題	來源	日期	中文標題
‘코로나 19 극복, 어디서든 문화예술교육’ 신규 추진	韓國文化體育觀光部	2020/03/26	克服冠狀肺炎，在任何地方都將推進文化藝術教育
국내외 한국문학 활성화를 위한 문학진흥정책위원회 2기 출범	韓國文化體育觀光部	2020/03/27	發起第二屆文學促進委員會，以振興國內外的韓國文學。
문체부 장관, 사회적 거리두기 동참 감사와 지속 협조 요청 행보	韓國文化體育觀光部	2020/03/29	教育，文化，體育和旅遊大臣，加入社會距離並要求繼續合作
“이 글꼴 써도 되나?” 이것만큼은 안심하고 쓰세요	韓國文化體育觀光部	2020/03/30	“我可以使用這種字體嗎？”放心使用
2020 년 관광두레 지역, 대전 동구, 충남 청양 등 14 곳 선정	韓國文化體育觀光部	2020/03/30	2020 年選定旅遊熱門地區、大田東區、忠南青陽等 14 個地方
국공립단체 온라인 공연과 전시 한 곳에서 만난다	韓國文化體育觀光部	2020/03/31	全國公共團體在線表演和展覽在一個地方舉行
원주, 해남, 청도, 고성 등 ‘생태테마관광 사업’ 새롭게 선정	韓國文化體育觀光部	2020/04/01	原州，海南，清道，高城等被選為“生態主題旅遊項目”
강화된 사회적 거리두기 기간, 문화체육관광부 소관 국립문화예술시설 휴관 유지	韓國文化體育觀光部	2020/04/06	在增進社會距離期間，文化體育和旅遊部維護了國家文化藝術設施
부산 수영구 등 5 개 지역에 문화향유사업을 통합 지원한다	韓國文化體育觀光部	2020/04/08	對釜山水原區五個地區文化娛樂項目的綜合支持
국내외 관광객 대상 양조장 체험 등 지역 특화 관광 육성한다	韓國文化體育觀光部	2020/04/08	促進區域性專業旅遊，例如為國內外遊客提供啤酒體驗
코로나 19 로 어려움에 처한 문화예술인에게 작은 힘을 더하다	韓國文化體育觀光部	2020/04/09	新冠病毒給掙扎中的文化藝術家增添了一點力量
저작권 교육 콘텐츠, 온라인 수업에 무료로 활용하세요	韓國文化體育觀光部	2020/04/13	版權教育內容，在線課程免費使用
한국저작권위원회 “‘페이커’ 초상권 도용, 2 차 창작물도 저작권 침해”	쿠기뉴스	2020/04/09	韓國版權委員會“‘Faker’肖像盜竊，版權的二次創作侵權’
위메이드, ‘미르 2’ 저작권 위반 中 지우링 상대 승소... 배상금 825 억원	아주경제: 5 개국어 글로벌 경제신문	2020/04/01	WEMADE 和浙江九翎爆發手遊「王者傳奇」侵權爭議，三月底勝訴，九翎將賠償 WEMADE 約 825 億韓元
경기도, 코로나 피해 문화예술에 103 억 투입...예술인 등 지원	중앙일보: 홈 뉴스	2020/04/13	京畿道向遭受 COVID-19(武漢肺炎)困擾的文化藝術投資了 100 億韓

標題	來源	日期	中文標題
			元... 支持藝術家等
코로나 19 대응 관광업계 지원 대책 차질 없는 추진에 최선	韓國文化體 育觀光部	2020/04/14	COVID-19(武漢肺炎)應對 措施，以支持旅遊業
국립 박물관·미술관 콘텐츠로 온라인 수업을 더욱 풍성하게	韓國文化體 育觀光部	2020/04/14	利用國家博物館和美術館 的內容豐富在線課程
도, 코로나 19 피해 문화예술분야에 103 억 투입. 예술인·공연단체 등 지원	idreambank	2020/04/13	因應疫情，在文化藝術領域 投資了 100 億韓元。支持藝 術家和表演團體
조희연 "저작권 있는 자료 출처 밝히고 온라인수업 활용"	MBC 뉴스	2020/04/02	趙熙妍：“識別受版權保護的 材料並使用在線課程”
"유튜브 저작물 써도 되나요?"...교사들 '저작권 소송' 조심하세요	사실 앞에 겸손한 민영 종합 뉴스통신사 뉴스 1	2020/04/01	“我可以寫 YouTube 作品 嗎？”... 注意老師的“版權 訴訟”
코로나 19 극복을 위한 ‘힘내라 대구· 경북, 힘내라 대한민국’ 응원 로고, 무료로 활용하세요	韓國文化體 育觀光部	2020/04/14	要克服 COVID-19(武漢肺 炎)，請免費使用“大邱，慶 北和堅強韓國”的歡呼徽標
사회적 거리두기 기간, 국립문화예술시설 휴관 유지	韓國文化體 育觀光部	2020/04/20	在社交距離期間，國家文化 藝術設施關閉
문화를 통해 도시를 활성화할 전국 지자체 공모	韓國文化體 育觀光部	2020/04/17	地方政府通過文化振興城 市的競爭
게임산업의 미래, 한발 앞선 인재 양성으로 개척한다	韓國文化體 育觀光部	2020/04/16	通過培養領先一步的人才 開拓遊戲行業的未來
코로나 19 확산 예방을 위한 국립문화예술시설 휴관 연장	韓國文化體 育觀光部	2020/03/04	為預防肺炎疫情擴散，國立 文化藝術設施將延長休館 期
自動拉開社交距離 南韓汽車電影院翻紅	新唐人新聞	2020/04/10	自動拉開社交距離 南韓汽 車電影院翻紅
肺炎重創南韓觀光業 外國遊客暴減 4 成、關閉機場免稅店	鉅亨網	2020/03/27	肺炎重創南韓觀光業 外國 遊客暴減 4 成、關閉機場免 稅店
거리두기로 지친 4 월, 집집마다 책을 선물합니다	韓國文化體 育觀光部	2020/04/01	因應武漢肺炎，家家戶戶送 書
독서생활에 종이책 비중 줄고 전자책 늘어	韓國文化體 育觀光部	2020/03/11	民眾雖然減少閱讀紙本 書，惟電子書的閱讀率卻呈 成長趨勢

標題	來源	日期	中文標題
코로나 19 추가 확산 예방을 위해 국립공연장 등 휴관 실시	韓國文化體育觀光部	2020/03/25	關閉國家表演廳以防止疫情進一步擴散
코로나 19 확산 방지를 위한 공공도서관 휴관 중에는 '스마트도서관' 과 '전자도서관' 에서 책 빌리세요	韓國文化體育觀光部	2020/03/04	爲防止武漢病毒擴散,韓國關閉公共圖書館,呼籲民眾至電子圖書館借書
코로나 19 피해 관광업계 긴급 금융 지원 2 배 확대	韓國文化體育觀光部	2020/03/19	因應 COVID-19(武漢肺炎)帶來的影響,文體部對觀光產業增加一倍的緊急財政支援
코로나 19 확산 예방을 위한 국립문화예술시설 휴관 연장 및 공연업계 추가 지원 대책 마련	韓國文化體育觀光部	2020/03/18	爲了防止疫情擴散,關閉國立文化藝術設施,並準備其他支援項目

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，主要集中在中國大陸中央政府與各地方政府對於文化企業因武漢(新冠)肺炎疫情衝擊之相關紓困與輔導措施；各地文化、娛樂活動紛紛改採線上化、雲端化觀賞、遊歷，以及因其政府限制公共文化空間對外開放、封城相關措施，使得中國大陸民眾所創造出來的「宅經濟」之效益龐大受到業界關注。

在整體中國大陸文化與創意產業方面，根據中國大陸國家統計局於2月28日所發佈之《中華人民共和國2019年國民經濟和社會發展統計公報》資料顯示，中國大陸2019年全年國內生產總值為人民幣99兆865億元(約新臺幣426兆719.5億元)，比上年同期成長6.1%。其中，第三級產業增加值為人民幣53兆4,233億元(約新臺幣229兆7,201.9億元)，成長6.9%，而第三級產業增加值比重為53.9%。此外，截至2019年底，中國大陸全國有線數位電視實際使用者1.98億戶；年末廣播節目綜合人口覆蓋率為99.1%；電視節目綜合人口覆蓋率為99.4%；全年全國規模以上文化及相關產業企業營業收入為人民幣8兆6,624億元(約新臺幣37兆2,483.2億元)，較上年同期成長7.0%。

然而，2020年初受到武漢(新冠)肺炎疫情的影響，帶給中國大陸文化產業巨大的影響與衝擊，不過卻造就居家線上型的行業逆勢上揚。由於防疫的需要，中國大陸政府實施限行令、限訪令、限聚令等措施，使得電影、旅遊、演出、節慶會展等需要人群聚集、接觸的行業暫時停頓，造成2020年春節檔電影全部取消上映，春節假期旅遊業務全面停擺。但與此同時，基於網路的數位文化產業，例如動漫、遊戲、網路視聽新媒體、線上培訓及網路文學等行業出現巨大成長。如春節期間，手遊《王者榮耀》於中國大陸的日活躍玩家高峯值約在1.2億至1.5億人之間，除夕當日更刷新單款娛樂產品單日收入的全球歷史最高紀錄：人民幣20億元(約新臺幣86億元)；短影音平臺抖音日活躍使用人數也輕易突破3億人，高峯值更達到3.11億人，較上年同期成長93.1%。

另一方面，雖然受到限行、限訪、限聚令的影響，促進中國大陸民眾宅家時期文化需求旺盛多元，但文化新品生產與供給受限，根據專家推測，2020年之影視劇、網路綜藝、網路影視劇等內容之產量可能將減少1/4。對此，中國大陸各級政府紛紛搬不相關紓困與輔導政策，希望透過稅費減免、社保延期、貸款展期、房租補貼等方式，協助文化企業渡過難關，為疫後產業重振留存更多有生力量，如由中國大陸國家廣播電視總局所發佈之《關於統籌疫情防控和推動廣播電視行業平穩發展有關政策措施的通知》。

關於各文化次產業的部分，影視產業方面，中國大陸相關業者受限疫情影響，改採「雲端復工」逐步進入工作狀態，例如綜藝節目透過「雲端海選」、「雲端錄製」、「雲端配音」等方式恢復內容製作，也辦起線上粉絲見面會，為旗下作品宣傳造勢。另根據中國大陸國家廣播電視總局節目收視大資料系統(CVB)統計，疫情期間之電視劇日戶均收視時長較2019年12月份成長15%；雖然大多數演唱會暫停，但也有音樂會搬到線上，例如從2月22日至28日的「草莓音樂節」以「宅草莓」模式呈現，根據統計，「宅草莓」首日上線近40分鐘，觀看人數已突破100萬人次，有觀眾表示：「儘管少了現場氛圍，但我們不再需要長途跋涉，那些音樂人就能出現在手機上，『出現』在我們的客廳裡。」疫情或許是對於中國大陸影視產業一場新型態的革命與轉機。

出版與書店產業方面，根據中國大陸「書店行」微信 (WeChat) 公眾號於 2 月初針對 1,000 餘家實體書店進行問卷調查分析，91.97% 的書店幾乎沒有任何收入來源。另根據中國大陸人民網 2019 年所發佈之中國大陸第十六次全民閱讀調查顯示，超過半數成年人傾向數位化閱讀方式，傾向於紙本閱讀的讀者比例下降。而利潤微薄、房租高昂、網上低價折扣衝擊等又時時刻刻威脅著實體書店，根據《2019—2020 中國實體書店產業報告》顯示，目前中國大陸實體書店超過 7 萬家，僅 2019 年就關閉了 500 多家。與此相對應，《2019 中國圖書零售市場報告》則顯示，網路圖書零售規模較上年成長 24.9%，規模達人民幣 715.1 億元 (新臺幣 3,074.93 億元)。而當「活下來」成了實體書店的基本訴求時，書店的經營方式也開始轉型，例如開始透過外賣 App 系統販售圖書，而實體書店以如此方式提醒消費者，書店還在那裡。

另一方面，北京市人民政府為減緩市內實體書店受到疫情的衝擊，北京市委宣傳部發布《關於應對 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情影響做好北京市實體書店扶持工作的緊急通知》，希望藉以協助實體書店所面臨的實際困難提出具體方案。該《通知》有四大面向，分別為強化資金支援 (提前啟動 2020 年實體書店扶持專案)、加大補助資金力度 (加強實體書店房租成本補貼，預撥 3 月至 6 月的房租補貼)、擴大特色書店 (最美書店) 評選範圍進行精準補貼，以及加強服務保障，做好實體書店復工復產工作。

遊戲產業方面，根據中國大陸伽馬數據所發布之《2019 中國遊戲產業年度報告》中指出，TOP10 行動遊戲是遊戲玩家支出高度集中的產品，也代表著中國大陸行動遊戲市場中的玩家付費偏好。而 2019 年 TOP10 行動遊戲幾乎都為騰訊、網易兩家作品。與此同時，儘管遊戲發行版號已經重新開放審批，但從多家上市公司的公告中仍可以看出，不少業績出現虧損的公司都提到原定的遊戲上線計畫推遲，顯示中國大陸遊戲業務依然受到版號監管趨嚴的影響。而該報告亦指出，2019 年中國大陸電子競技遊戲市場規模為人民幣 969.6 億元 (約新臺幣 4,169.28 億元)，成長額度超過人民幣百億元，行動電競的發展成為主要驅動力。不過，目前中國大陸電子競技產業之上游遊戲收入始終佔據著較高的比例，且中游產業造血能力不足，賽事與俱樂部收入呈現弱勢情況，未來電競產業若想進一步發展，可能需要提升中游產業的營收能力。另根據伽馬數據於 2 月底所發佈之《2020 年一月移動遊戲報告》中顯示，中國大陸行動遊戲市場 1 月流水規模較去年同期成長 49.50%，較上月成長 37.50%，顯示出受到春節假期產品促銷活動增強、春節期間民眾減少外出聚會，導致用戶的遊戲使用時長需求提升，從而增加付費行為。

視覺藝術產業方面，由中國大陸多家藝術機構於 2 月共同發布之《COVID-19 (武漢肺炎) 疫情對中國藝術行業的影響》調查顯示，受疫情影響，55.2% 的藝術機構或自由職業者認為，2020 年上半年其收入下降幅度將超過 30%。若局勢維持現狀，90.9% 的受訪者帳上資金維持不了 6 個月生存。此外，在 2 月中下旬前正常開放的畫廊、藝術機構大約占 30%。雖然多數機構選擇無限期延遲或取消原有的展售計畫，但依然有部分從業者有「照常」持續的活動。另一方面，2020 年巴塞爾藝術展香港展會以全新形式於 3 月 20 日至 25 日舉行，與往年線下動輒數百港元的門票相比，此次線上展廳免費對大眾開放，透過官網或手機 App，即可瀏覽來自 31 個國家和地區的 235 間頂尖國際藝廊的 2,000 多件藝術品。

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
開啟「雲復工」 文娛業蓄勢回春	北京商報	2020/02/21
北京環球主題公園明年「五一」如期開園	中國經濟網	2020/02/21
探索網路視聽付費模式	人民日報	2020/02/21
線上型文化產業逆勢上揚	人民日報	2020/02/21
《急診科醫生》翻紅 醫療劇或將迎來大爆發	華西都市報	2020/02/21
北京 28 條措施促進文化企業健康發展	中國經濟網	2020/02/21
多家劇場劇團開設線上藝術課堂	文匯報	2020/02/21
北京文化企業「28 條」的新與特在哪裡？	中國經濟網	2020/02/21
河北應對疫情支援文旅企業的 10 條政策措施解讀	中國經濟網	2020/02/22
「減收補貼」 浙江又有大動作	中國經濟網	2020/02/24
浙江省文化和旅遊廳 9 項措施全力支持文旅企業共渡難關	中國經濟網	2020/02/24
文化戰「疫」 豐富多彩	中國經濟網	2020/02/24
新行業新業態將不斷湧現	中國經濟網	2020/02/24
不能「在路上」 旅遊直播靠賣攻略行的通嗎？	北京商報	2020/02/24
提前預審劇本，「演藝大世界」為疫後演藝大餐備「食材」	文匯報	2020/02/24
「雲綜藝」帶來積極生活態度	廣州日報	2020/02/24
戰「疫」皮影動畫火遍網路	北京晚報	2020/02/24
擴容線上書友圈，「雲伴讀」啟動圖書業新思考	文匯報	2020/02/25
中國童書「走出去」的啟示	人民日報	2020/02/25
實體書店「困獸猶鬥」 許知遠的非典型創業告急？	中新經緯	2020/02/25
博物館開直播啦，點讚！	人民日報	2020/02/25
30 餘家影院：尚無復工時間表	中新經緯	2020/02/25
澳門文藝界助力抗疫 弘揚正能量獲廣泛認同與讚賞	人民日報	2020/02/25
「取代」線下不如「互融」	人民日報	2020/02/25
甘肅省博物館探索「互聯網+」實現文化「數位化」	蘭州日報	2020/02/25
專訪：如何用「中國故事」打動美國觀眾	新華網	2020/02/25
單向空間眾籌續命 實體書店唯有靠情懷自救？	中國青年報	2020/02/26
抗疫特殊時期 網路視頻教育大有可為	光明日報	2020/02/26
7.9 億次點擊，「雲圍觀」撬動文化演出業態創新	文匯報	2020/02/26
李國平：老城保護和復興必將彰顯獨特魅力	北京日報	2020/02/26
復工後，文化藝術行業如何增強抗風險能力	光明日報	2020/02/26
文藝院團搭起特別的舞臺	人民日報	2020/02/26
土豆網 IMAX 電影技術等 55 家公司復工復產	文匯報	2020/02/26
損失慘重！四川文旅「十條措施」不只是「救命」	中國經濟網	2020/02/26
新宅娛樂方式掀熱潮 在「雲生活」裡等待春暖花開	廣州日報	2020/02/26
線下遊收縮，「雲旅遊」登場「疫」後市場何去何從？	中新經緯	2020/02/26
是什麼讓國產劇越來越冗長？	文匯報	2020/02/26
當知識走出「象牙塔」，快手高校精品課總觀看人次過億	新華網	2020/02/26
疫情期間公共文化服務「線下關門、線上開花」	中國經濟網	2020/02/26
探秘藝術機構逆市營業的生存法則	北京商報	2020/02/27
「30 問」回應解讀「20 條」 上海精準扶持文化企業	文匯報	2020/02/27
《條例》為「紅色文藝輕騎兵」隊伍建設添動力	人民日報	2020/02/27
疫情期間 各地公共文化機構提供豐富多樣的服務	人民日報	2020/02/27

標題	來源	日期
精準准施策 鼓勵業態創新助文化企業平穩發展	文匯報	2020/02/27
直播課講防疫科普 B 站梁老師的化學課成網紅課	解放日報	2020/02/27
厚植工匠文化 培養德藝兼備的大國工匠	人民日報	2020/02/27
廣東省影院 KTV 等人員密集區域暫緩開放	羊城晚報	2020/02/27
今年 1 月手遊市場流水規模較去年同期增加 49.50%	羊城晚報	2020/02/27
北京解決書店困難 守護城市書香	北京晚報	2020/02/27
發改委下達 57 億元支持 485 個文旅設施項目	中國經濟網	2020/02/28
黔驢技窮怎麼可能 貴州文旅如何過冬	中國經濟網	2020/02/28
商場頻啟「直播」帶貨 救場之策能走多遠	北京商報	2020/02/28
北京影院尚不具備營業條件	北京商報	2020/02/28
網綜節目應當重視價值引領	人民日報	2020/02/28
國家文物局：有序推進文博單位開放和復工	中國經濟網	2020/02/28
上海扶持文化企業「20 條」 為文化行業紓困蓄能	文匯報	2020/02/28
博物館「雲春遊」 引千萬網友圍觀	中國經濟網	2020/03/02
北京首批實體書店扶持資金 3 月中旬到位	北京日報	2020/03/02
中國已成為名副其實智慧財產權大國	新華社	2020/03/02
北京出版創意產業園科學防疫有序復工	北京日報	2020/03/02
上市公司玩「遊戲」最後究竟誰贏了？	北京商報	2020/03/02
演出行業風寒中更有溫情相待	北京日報	2020/03/02
中歐電影人積極看待中國電影市場和合作前景	新華網	2020/03/02
疫情倒逼文藝供給側改革按下「快進鍵」	中國經濟網	2020/03/02
2019 統計公報：全國規上文化及相關產業企業營業收入增長 7.0%。	中國經濟網	2020/03/02
國家文物局：國家文物保護利用示範區創建不搞「一刀切」	中國經濟網	2020/03/02
專訪賈樟柯：「用電影讓世人看到中國人仍然站立著」	中新社	2020/03/02
大劇院攜手圖書館 帶觀眾宅家讀經典文學	新華網	2020/03/02
中國文聯公開徵集 2020 年青年文藝創作扶持計畫專案	新華網	2020/03/02
故宮珍寶走進克裏姆林宮	北京晚報	2020/03/02
福州推進古厝保護提升 122 個專案完工	中國新聞網	2020/03/02
「宅」家看電視，二月國產劇集體走高	文匯報	2020/03/02
羅懷臻：傳統戲曲的全媒體生命力	光明日報	2020/03/02
疫情倒逼文旅產業深層次「反芻」	紅網	2020/03/02
「宅經濟」進入數位化時代	人民日報	2020/03/03
博物館線上服務：防疫展覽兩不誤	光明日報	2020/03/03
上海文藝界迸發戰「疫」力量	光明日報	2020/03/03
為解實體書店燃眉之急 北京加快落實房租補貼	北京日報	2020/03/03
「新文創」賦能文化遺產	人民日報	2020/03/03
獨創「文金惠」等金融服務產品，為小微文創企業雪中送炭	文匯報	2020/03/03
全國有線電視網路整合和廣電 5G 建設一體化發展工作啟動	光明日報	2020/03/03
陝西推動文化旅遊業有序復工復產 A 級景區已恢復開放 179 家	中國新聞網	2020/03/03
滿足公眾精神需求 文化行業大有可為	中國旅遊報	2020/03/03
西安：22 條政策「真金白銀」提振文旅產業發展信心	西安日報	2020/03/03
上海北外灘全力打造 5G 綜合應用先導示範區	新華網	2020/03/03
「改行」設備租賃 電競館謀生有新招	北京商報	2020/03/03

標題	來源	日期
數位化開創吉林省公共文化服務新模式：宅家「宅」出新體驗	吉林日報	2020/03/03
文化企業有了「及時雨」，更應早耕耘	中國新聞出版 廣電報	2020/03/03
不少文旅企業或將破產，安徽如何應對？	中國經濟網	2020/03/03
10 餘份省級檔密集下發 力保文旅湘軍	中國經濟網	2020/03/03
吉林：大力發展「網紅經濟」	中國經濟網	2020/03/04
強化網路小說影視化改編的文化自覺	光明日報	2020/03/04
藝術上雲端 魅力新體驗	光明日報	2020/03/04
對準閱讀「剛需」 上海戰「疫」書單擴容	文匯報	2020/03/04
井噴的「雲綜藝」未來向哪兒走 綜藝自救模式	文匯報	2020/03/04
優秀視聽節目：既是「加油站」，也是「減壓閥」	光明日報	2020/03/04
橫店影視城復工「橫漂」們有戲了	解放日報	2020/03/04
影視經典「翻紅」是巧合還是必然？	文匯報	2020/03/04
文創行業線上發力「雲協作」塑造市場	人民日報	2020/03/04
疫情之後 知識付費市場會不會斷崖式下滑	中國青年報	2020/03/04
「小微企業和個體工商戶 服務專欄」上線運行	新華社	2020/03/05
逆風飛揚，文旅行業尋找春的消息	光明日報	2020/03/05
停業不停工 演出院團爭相「雲營業」	北京商報	2020/03/05
五年一評 非遺傳承人新規正式實施	北京商報	2020/03/05
頭部演唱會延期 近八成訂單選擇保留	北京商報	2020/03/05
「雲端」為好書帶貨，網聚助書香「出圈」	文匯報	2020/03/05
博物館「雲春遊」 文物帶貨能力不一般	貴州日報	2020/03/05
陝西四座在建博物館重點專案相繼復工	西安晚報	2020/03/05
雲觀展，如何撥「雲」見藝	解放日報	2020/03/05
受疫情影響小微企業業績不同程度下降	中國經濟網	2020/03/06
電影不僅是娛樂 觀影也能學語文	中國青年報	2020/03/06
上海對文化市場領域十六項輕微違法行為免罰	文匯報	2020/03/06
實體書店的自救之路	中國青年報	2020/03/06
影院復工前 好片應備足	人民日報	2020/03/06
打造全球電競之都，上海「戰鬥重燃，全力以赴」	文匯報	2020/03/06
修復老劇讓經典歷久彌新	人民日報	2020/03/06
「雲遊博物館」啟示文保與傳統文化「數位化」	新華社	2020/03/06
文旅魅力，「雲」端綻放	人民日報	2020/03/06
廣東：促進文化旅遊體育業平穩健康發展	南方日報	2020/03/06
北京市文物局發文：疫情期支援企業網路拍賣	中國經濟網	2020/03/06
國家廣電總局組織開展「湖北人民免費看」網路視聽公益展播活動	光明日報	2020/03/06
「新贛線」線上繁榮「宅經濟」	中國經濟網	2020/03/08
實體書店營業額僅為以往一成	中新經緯	2020/03/08
讓文化「燈塔」點亮城市	中國經濟網	2020/03/09
上海「20 條」措施呵護文化企業發展	中國經濟網	2020/03/09
發揮非遺社會功能和文化價值	人民日報	2020/03/09
補齊農村網課的「數位短板」	中國經濟網	2020/03/09
「雲旅遊」催化文旅轉型	光明日報	2020/03/09
網路生態下對文學走向的展望	光明日報	2020/03/09

標題	來源	日期
打造敦煌文化時代新座標	人民日報	2020/03/09
文化消費有了更多可能	人民日報	2020/03/09
非遺傳承，迎來新規	人民日報	2020/03/09
演出業紮穩「馬步」待啟幕	人民日報	2020/03/09
「雲復工」、「雲簽約」文創行業線上發力	人民日報	2020/03/09
疫情下影視業的危機與出路	中國經濟網	2020/03/09
零元成本萬元售價 遊戲外掛瘋狂「開掛」	北京商報	2020/03/10
天津 11 條措施助力實體書店	人民日報	2020/03/10
遊戲帳號：天價交易保值艱難	北京商報	2020/03/10
為非遺插上創新的翅膀	人民日報	2020/03/10
上影推出總額達 10 億元的「影院抗疫紓困基金」	人民日報	2020/03/10
電競雲端「上海主場」迎千萬級人氣流量	文匯報	2020/03/10
京崑「開麥」直播，短視頻戰疫後再譜「破陣曲」	文匯報	2020/03/10
三星堆雲展廳邀你揭幕	人民日報	2020/03/10
上海成立全國首支「影院抗疫紓困基金」	文匯報	2020/03/10
文旅 11 條舉措「渡」企業 遼寧謀劃全年搶「先機」	中國經濟網	2020/03/10
「雲上的日子」裡 藝術家和劇場管理者在想什麼	文匯報	2020/03/10
這個三月，國產劇集春暖花開	文匯報	2020/03/10
今年放 19 大招保護長城	北京晚報	2020/03/10
廣東撥付近 5000 萬元專項資金扶持院線	新華網	2020/03/10
虛實結合 書店突圍線上直播	北京商報	2020/03/10
「文化+互聯網」踩下油門提速	北京日報	2020/03/11
北京扶持文化企業渡過難關	中國經濟網	2020/03/11
一體化示範區裡打造田園綜合體	解放日報	2020/03/11
藝人當主播，需要秀出隱藏技能	齊魯晚報	2020/03/11
政策「紅包」助文化企業危中尋「機」	中國新聞網	2020/03/11
橫店「加碼」劇組幫扶力度 助推影視產業復甦	中國新聞網	2020/03/11
喜見科學家成為「流量擔當」	中國教育報	2020/03/11
線上演唱會、線上 K 歌也能嗨起來	人民日報	2020/03/11
總投資超 3000 億元 浙江重大文旅專案集中開工	浙江在線	2020/03/11
理性競爭 互聯網免費之路才能行穩致遠	中國青年報	2020/03/11
金華橫店影視配套服務為劇組降價	浙江日報	2020/03/11
全國地方戲演出網路平臺上線	北京商報	2020/03/12
「北京文化 28 條」讓文化企業有信心「化危為機」	光明日報	2020/03/12
短視頻兩月內完成 4 起融資	北京商報	2020/03/12
實體書店，探索發展新模式	人民日報	2020/03/12
文博圈會有「李佳琦」嗎	北京商報	2020/03/12
春望津門，「劇本醫生」服務助力影視發展	中國經濟網	2020/03/12
陝西歷史博物館利用館藏文物數位資源開展線上展覽	中國新聞網	2020/03/12
北京：文化企業危中尋機	新華社	2020/03/12
兒童文學須有經典意識	人民日報	2020/03/12
門店一周不如直播一場 美妝巨頭線上流量之爭加劇	證券日報	2020/03/13
國家新聞出版署——支援實體書店有序恢復經營	人民日報	2020/03/13
《花木蘭》未播先火 盜版周邊見縫插針	北京商報	2020/03/13
上海科技館、自然博物館今起開放	文匯報	2020/03/13

標題	來源	日期
樂器行業「十個指頭彈鋼琴」	人民日報	2020/03/13
央美美術館邀你「雲看展」	人民日報	2020/03/13
中國元素助推「文化出海」	人民日報	2020/03/13
23 部門聯合發文：重點推進文旅休閒消費提質升級	中國經濟網	2020/03/13
廣東金融救市出實招 全國首創樹標杆	中國經濟網	2020/03/13
八閩政策助力企業復工回暖	中國經濟網	2020/03/15
北京文化企業線上「掘金」	中國經濟網	2020/03/16
擴展平臺功能 線上文娛產業正升級	人民日報	2020/03/16
山東積極出臺政策 助文化企業渡難關	中國經濟網	2020/03/16
非遺公開課讓神秘技藝走進生活	北京日報	2020/03/16
「直播經濟」加速向我們走來	人民日報	2020/03/16
他們在香港修文物	人民日報	2020/03/16
博物館線上展覽「破局走紅」是機遇更是挑戰	光明日報	2020/03/16
數位化，從「附加項」到「必選項」	光明日報	2020/03/16
中國數字經濟全面提速	光明日報	2020/03/16
國家廣電總局 12 條措施推動行業平穩發展	中國經濟網	2020/03/16
疫情結束後，「雲觀展」能否取代線下展覽	光明日報	2020/03/16
國家廣播電視總局關於統籌疫情防控和推動廣播電視行業平穩發展有關政策措施的通知	中國經濟網	2020/03/16
2019 年四川文化企業營收達 3612.68 億元	新華網	2020/03/16
文旅受疫「重災區」全覆蓋，山東這份作業值得「抄」！	中國經濟網	2020/03/17
20 餘部扶貧題材電視劇今年播映	解放日報	2020/03/17
上海影視樂園 20 日限流重開 已有 2 個劇組申請入園拍攝	解放日報	2020/03/17
「休克期」不休憩 看青海文旅如何在疫情中「蓄勢」	中國經濟網	2020/03/17
2 分鐘 120 幀動畫，帶來更多創作可能	解放日報	2020/03/17
線上展覽靠什麼「圈粉」	人民日報	2020/03/17
文藝人「雲練功」成效如何？復工首先考「內功」	文匯報	2020/03/17
新版《花木蘭》古老中國故事與全球文化共舞	文匯報	2020/03/17
春天，讓書店「暖」起來	人民日報	2020/03/17
港迪士尼 2019 財政年度收入穩定	人民日報	2020/03/17
全國 180 多家博物館恢復對外開放	中國經濟網	2020/03/17
網紅重慶智慧佈局 提振文旅加速三「線」合一	中國經濟網	2020/03/18
閱文騰訊聯手，要把更多網文 IP 改成長音頻	36 氪	2020/03/18
網路文學是文學傳統的延續與新變	光明日報	2020/03/18
湖北省博物館館長的「抗疫日記」	光明日報	2020/03/18
這幾部紀錄片為何能刷屏爆紅？	文匯報	2020/03/18
騰訊音樂付費使用者大漲 平臺之爭進入下半場	北京商報	2020/03/18
廣州出臺文旅 12 條 3 億資金扶持文旅企業	新華網	2020/03/19
傳統醫藥跨界時尚	廣州日報	2020/03/19
北京天橋藝術中心推「雲劇匯」深耕文創產業鏈	北京商報	2020/03/19
多元專業的內容正引領青年文化出圈	文匯報	2020/03/19
促消費回補全方位發力 更多政策利好將出	經濟參考報	2020/03/19
寧夏「真金白銀」助力文旅企業復工複產	經濟參考報	2020/03/19
應對疫情衝擊，消費如何提振？	工人日報	2020/03/19
「雲旅遊」助文旅產業智慧轉型	科技日報	2020/03/19

標題	來源	日期
復工成電影業最大難題？多地出臺「硬核」幫扶措施	中國新聞網	2020/03/19
北京為實體書店紓困	人民日報	2020/03/19
福州市鼓樓區推行古厝長制	人民日報	2020/03/19
提振消費信心 新業態加把勁	中國經濟網	2020/03/19
「線上文藝」新風潮怎樣繼續	新華日報	2020/03/19
藝文觀察：服務用心 溫暖人心	人民日報	2020/03/19
實體書店喜迎政策春雨	人民日報	2020/03/19
如何推動文旅消費？文化和旅遊部總結出 12 個字	央視網	2020/03/19
「銀髮族」也成網遊新主力	解放日報	2020/03/19
釋放網路直播的「+力量」	大河網	2020/03/19
大連出臺十項措施扶持文化產業發展	遼寧日報	2020/03/20
文旅在蒙迎「薩日朗」般的春天	中國經濟網	2020/03/20
渡難關、謀轉型 江蘇文化產業復甦進行時	新華日報	2020/03/20
繁體字的文化承載不應被過度放大	科技日報	2020/03/20
河北：疫情期間各文化單位惠民服務不按「暫停鍵」	河北日報	2020/03/20
秦始皇帝陵博物院推出線上展覽實現「雲遊」博物館	中國新聞網	2020/03/20
影院復業要「交叉坐」「隔排坐」	解放日報	2020/03/20
北京市文物局：博物館不得擅自恢復開放	北京日報	2020/03/20
敦煌「疫」後迎客 文旅產業甦醒	新華網	2020/03/20
河北紅色旅遊景區「線上遊」	人民日報	2020/03/20
從「雲戰疫」看文創業新趨勢	人民日報	2020/03/20
廣東文旅復工復產指引打響「發令槍」	南方日報	2020/03/20
在家雲遊博物館，一樣有趣！	人民日報	2020/03/20
5000 餘部節目請「湖北人民免費看」	人民日報	2020/03/20
北京保利劇院：把劇院送到你身邊	人民日報	2020/03/20
「攢劇本」應付抽審引業內譁然	北京日報	2020/03/23
短視頻：賦能文化傳播 展現美好生活	人民日報	2020/03/24
博物館直播為啥這麼火	人民日報	2020/03/24
彩雲之南，若干措施支持文旅企業抗「疫」	中國經濟網	2020/03/24
影視行業復工忙	光明日報	2020/03/24
各地文創園區在春暖花開中逐漸「升溫」	人民日報	2020/03/24
《關於一手抓疫情防控 一手抓文旅發展的通知》	中國經濟網	2020/03/24
林小宅綜藝首秀引爭議 舞蹈侵權為何頻現	北京商報	2020/03/24
安徽 72 個村落入駐數位博物館	人民日報	2020/03/25
最新資料：2019 全國著作權登記總量同比增長 21.09%	中國經濟網	2020/03/25
小眾分賬劇市場憑什麼進入億元俱樂部	北京商報	2020/03/25
首個「雲秀場」引爆上海時尚之都新燃點	文匯報	2020/03/25
宅家期間怎麼運動？直播裡有答案	文匯報	2020/03/25
金融服務強助攻 荊楚大地再奏英雄之歌	中國經濟網	2020/03/25
去年總票房超九千萬元 文化廣場是怎麼做到的？	解放日報	2020/03/26
網劇集體「上新」 誰能成為下一個爆款	文匯報	2020/03/26
多家上海影院 3 月 28 日起可購買電影票	解放日報	2020/03/26
浙江東陽財政拿出 1000 萬元 發放影視拍攝消費券	人民日報	2020/03/26
開心麻花：提高儲備 捕獲舞臺外的市場機遇	北京商報	2020/03/26
電視行業 有序復工 政策幫扶 節目出新 觀眾認可	人民日報	2020/03/26

標題	來源	日期
去年演出票房邁入 200 億大關 「95 後」成消費主力	北京商報	2020/03/26
直播經濟緣何受到青睞	光明日報	2020/03/26
開直播賣課程 脫口秀轉戰線上謀新生	北京商報	2020/03/26
復工有力市場回暖 上海文旅場館接待 170 萬人次	文匯報	2020/03/27
上海市徐匯區 1000 萬元專項補貼推動文化消費市場復甦	解放日報	2020/03/27
脫貧攻堅電視劇加大排播力度	人民日報	2020/03/27
電影市場恢復活力需過「三道坎」	中國經濟網	2020/03/27
實體書店應苦練內功	中國經濟網	2020/03/27
羅永浩簽約抖音 初代網紅和短視頻新貴誰幫了誰	北京商報	2020/03/27
拼速度給優惠 京城書店組團上線圖書外賣	北京商報	2020/03/27
2020 年上海市市民文化節八年來首次以線上形式開幕	文匯報	2020/03/27
廈門以節促產推動影視業發展	中國經濟網	2020/03/30
歷史名城的金字招牌真會被摘掉嗎？	人民日報	2020/03/30
AI 寫稿也有著作權	人民日報	2020/03/30
網上工業博物館大有可為	人民日報	2020/03/30
給「像李佳琦一樣賣書」一點掌聲	解放日報	2020/03/30
北京市第四次全國經濟普查成果出爐	北京日報	2020/03/30
最新報告：電影市場復甦 喜劇是剛需	中國經濟網	2020/03/30
北京市首批實體書店扶持資金到位	工人日報	2020/03/31
綜藝+網劇，會讓戲曲普及 1+1 大於 2 嗎	文匯報	2020/03/31
香港：疫情催生新業態 文化展覽不掉線	人民日報	2020/03/31
文玩人潘家園「雲擺攤」裡的新門道	北京商報	2020/03/31
內蒙古首次編制版權作品登記年度統計報告	中國經濟網	2020/03/31
寧波：實策真招提振文旅消費信心	江南遊報	2020/03/31
演藝行業「零」復工 艱難中待啟幕	中國新聞網	2020/03/31
千年古都洛陽年內博物館將超 100 座	中國新聞網	2020/03/31
全球博物館集體上天貓 實現數位化「逆生長」	中國新聞網	2020/03/31
文化「上雲」能否走得更遠	濟南日報	2020/03/31
遊戲情節喜劇：國產喜劇電影新的可能出路	文匯報	2020/04/01
影視變革新主題：紀實節目搶 C 位	北京商報	2020/04/01
中消協呼籲網路遊戲經營者切實維護消費者權益	人民日報	2020/04/01
直播看館藏 線上賞美景 多家景點景區線上直播	人民日報	2020/04/01
范周：文化產業擁抱數位化轉型	人民日報	2020/04/01
內蒙古首次編製版權作品登記年度統計報告	光明日報	2020/04/01
重大網路專案庫能孵化出好作品嗎	光明日報	2020/04/01
線上休閒文娛，真爽！「宅經濟」啟動新消費	人民日報	2020/04/01
互動劇：「進入故事去旅行」將變為現實	光明日報	2020/04/01
上海數位文化經濟在戰「疫」中拓寬「航道」	文匯報	2020/04/02
北京 13 家非遺老字型大小上京東「叫賣」	北京日報	2020/04/02
書店試水外賣，讀者認不認？	北京日報	2020/04/02
喚醒鄉村文化礦藏：發現「村寶」只是第一步	人民日報	2020/04/02
「宅經濟」井噴背後哪些短板待補	法制日報	2020/04/02
動漫：打動人心的力量	人民日報	2020/04/02
停滯兩月後復工 影視業走出寒冬了嗎	北京商報	2020/04/02
支持政策相繼落地 文旅產業迎金融「暖流」	經濟參考報	2020/04/02

標題	來源	日期
國產行業劇，可以蔓延但不要「懸浮」	解放日報	2020/04/02
《山東省大運河文化保護傳承利用實施規劃》	中國經濟網	2020/04/02
化危為機，加快湖南文創產業轉型升級	湖南日報	2020/04/02
河南擬發放 10 億元專項貸款支援文旅企業發展	人民日報	2020/04/03
影視行業路在何方？	中華工商時報	2020/04/03
公共文化服務 線上「花繁似錦」	人民日報	2020/04/03
疫情給文化產業帶來了哪些影響？	中國經濟網	2020/04/03
多地發佈文化旅遊提升工程 2020 年首批中央預算內投資計畫	中國經濟網	2020/04/03
陝西將謀劃建設黃河文化旅遊帶	中國經濟網	2020/04/03
成都在音樂會消費票房上排全國第三	四川日報	2020/04/03
河南：發放 10 億元專項貸款支援文旅企業發展	中國經濟網	2020/04/03
圖說寧夏回族自治區非物質文化遺產保護管理暫行辦法	中國經濟網	2020/04/03
雲上閱讀煥發傳統書業新生	文匯報	2020/04/03
南京文化金融服務中心助力文化企業復工複產	中國經濟網	2020/04/03
國家文物局：2019 年全國文物執法逾 27 萬次 三大風險依然存在	中國經濟網	2020/04/04
國家博物館線上開課	人民日報	2020/04/05
電影行業如何走出疫情之困	北京晚報	2020/04/05
扶貧題材劇展現精準敘事	人民日報	2020/04/06
600 年故宮直播中揭「玄機」	解放日報	2020/04/06
青島：老城復興 設計賦能	中國經濟網	2020/04/06
上海民營院團：聯動長三角開拓新空間	文匯報	2020/04/07
新片網路平臺放映 電影+互聯網要來了嗎？	北京晚報	2020/04/07
IP 透支 三部《鬼吹燈》紮堆上線	西安晚報	2020/04/07
博物館融媒體時代將至？	西安晚報	2020/04/07
國內現有電競企業近九千家 九成以上成立於 5 年內	北京商報	2020/04/07
清明假期北京地區博物館推出 22 項主題文化活動	中國經濟網	2020/04/07
兵馬俑「雲直播」迎來 7000 萬「遊客」	新華網	2020/04/07
讓「雲看展」助燃「文博熱」	安徽日報	2020/04/07
女性向成手遊新增長點 中國占全球手遊收入近三分之一	北京商報	2020/04/07
博物館數位化進程加快：展廳搬上網 直播賞館藏	人民日報	2020/04/07
好題材奈何多「注水」 影視圈頑疾怎麼治	文匯報	2020/04/07
傅華已任中宣部副部長	中國經濟網	2020/04/07
百度被約談 部分頻道嚴重違規今起暫停更新	中國經濟網	2020/04/08
黑龍江出臺 17 條扶持政策促進文旅產業恢復發展	中國經濟網	2020/04/08
國務院：娛樂休閒等集中密閉場所審慎開放	中國經濟網	2020/04/09
網路綜藝節目 94 條審核細則發佈 禁止炫富享樂少兒著裝暴露等	中國經濟網	2020/04/09
北京市發佈全國文化中心建設未來 15 年規劃 文化產業增加值將達 10%	中國經濟網	2020/04/09
張藝謀新片開拍、多劇組復工 影視行業正逐步復甦	人民網	2020/04/09
「劍網 3」臺服關閉，不遵守一個中國原則你連遊戲也玩不成	中國臺灣網	2020/04/09
電影院自救難 行業性整合預期加重	北京商報	2020/04/09
重回「4 時代」！3 月份 CPI 同比上漲 4.3%	中新經緯	2020/04/10
難刺激消費，賣劇本不如賣編劇？	解放日報	2020/04/10

標題	來源	日期
4月多部熱劇，你最看好哪部？	華西都市報	2020/04/10
面對資訊碎片化 文學創作更須堅守經典意識	人民日報	2020/04/10
依法治理視音訊平臺侵權	中國經濟網	2020/04/13
國家廣播電視總局令第6號：不得製造虛假收視收聽率	中國經濟網	2020/04/13
甘肅立法保護世界文化遺產鎮陽城遺址	中國經濟網	2020/04/13
福建省第二屆非遺短視頻大賽圓滿落幕 古城泉州囊括雙項一等獎	中國經濟網	2020/04/13
疫情全球化 北京文旅消費如何破局	中國經濟網	2020/04/13
3月份教育文化和娛樂類居民消費價格環比下降0.1%	中國經濟網	2020/04/13
山東：加快推動文化和科技深度融合	中國經濟網	2020/04/13
2020年一季度實體店管道明顯下降 2月份最低	中國經濟網	2020/04/13
線上聆聽，讓音樂腳步走得更遠	北京日報	2020/04/13
廣東高院發佈網路遊戲領域智慧財產權案件審判指引	中國經濟網	2020/04/13
商務部：積極打造線上展會新平臺	中國經濟網	2020/04/13
河北省：深入挖掘文化產業消費潛力 推進貿易高品質發展	中國經濟網	2020/04/14
江蘇消保委：2020年第一季度受理未成年人網遊類投訴425件	中國經濟網	2020/04/14
武漢將投放1.2億元文化旅遊消費券	中國經濟網	2020/04/14
鬥魚等7家直播平臺青少年保護模式流於形式	新華網	2020/04/14
成都文創：首批放貸2.31億元 加大金融支持助力複產	新華網	2020/04/14
你多久沒閱讀了？14家文化機構聯合抖音、今日頭條呼籲全民「都來讀書」	中國經濟網	2020/04/14
「視頻博主」成為年輕人的PlanB	中國青年報	2020/04/14
受疫情影響影院全部停業 萬達電影一季度預虧近6億元	中國經濟網	2020/04/15
上海自貿區新片區發佈政策支持14項文化產業發展	文匯報	2020/04/15
寧夏：「雙管」齊下加大非物質文化遺產保護力度	中國經濟網	2020/04/15
半小時送達的圖書外賣改變了什麼	光明日報	2020/04/15
北京市出臺「三城一區」智慧財產權行動方案	中國經濟網	2020/04/15
北京成商圈直播「第一城」	北京日報	2020/04/15
廣電視聽統計調查制度有四處新調整 5月1日起實施	中國經濟網	2020/04/16
「宅經濟」帶動業績提升 完美世界一季度淨利預增超60%	證券日報	2020/04/16
虎嗅、知乎、豆瓣、淘寶等因違法違規被處理	中國經濟網	2020/04/16
公開課：數位時代 如何保護文化產業的版權？	中國經濟網	2020/04/16
湖南省發佈曲藝傳承發展計畫 推動湖南曲藝傳承	中國經濟網	2020/04/16
一季度全國網上零售額22169億元	中國經濟網	2020/04/17
一季度現實題材佔據螢幕主流	新華網	2020/04/17
進軍「線上」，古典音樂家享受網紅生活	新華日報	2020/04/17
5328家影視公司註銷！院線大銀幕終究會被網路取代嗎？	上觀新聞	2020/04/17
遊戲機成「理財產品」？「宅經濟」是支撐	廣州日報	2020/04/17
電影行業在蛰伏中蓄勢待發	光明日報	2020/04/17
香港3月訪港旅客人次同比大跌近99%	新華社	2020/04/17
財政部：加大擔保貸款貼息力度 支持文化旅遊創業就業	中國新聞網	2020/04/17
京東發佈2019讀書報告：湖北圖書銷量增長第一	北京晚報	2020/04/17
「網劇可參評飛天獎」是與時俱進	東方網	2020/04/17
不妨把「影劇院暫不開業」的建議當規定看	紅網	2020/04/17

標題	來源	日期
北京市廣電新舉措推動深化「北京模式」	北京日報	2020/04/17
哈爾濱發佈歷史文化名城保護條例	中國經濟網	2020/04/17
疫情中的網路視聽節目：用好內容打動人心	光明日報	2020/04/17
世界電影人「雲」連線交流	人民日報	2020/04/17
破壞文物「聯合懲戒」值得推廣	中國經濟網	2020/04/17
一季度全國居民人均消費支出 5082 元	中國經濟網	2020/04/17
19 個省份將文物安全工作納入政府年度考核評價體系	中國經濟網	2020/04/17
國家文物局局長劉玉珠：我國文物安全形勢總體平穩	中國經濟網	2020/04/17
統計局：一季度人均教育文化娛樂消費支出下降 36.1%	中國文化報	2020/04/20
6 元搶先追劇 盜版影視資源 App 的生意經	北京商報	2020/04/20
《中國紀錄片發展研究報告二〇二〇》發佈 新媒體改變紀錄片播出格局	人民日報	2020/04/20
全球抗疫童書互譯共讀：一份倡議 全球回應	光明日報	2020/04/20
2020 年度戲曲專項扶持開始申報 中國戲曲像音像工程不在其列	中國經濟網	2020/04/20
雲端服務，文化館人有絕招	人民日報	2020/04/20
線上聽歌的人越來越多，但你願意花錢嗎？	北京商報	2020/04/20
「雲遊敦煌」火起來背後，是博物館文創思維全面「上新」	文匯報	2020/04/20
「雲遊」博物館，觀眾觀感為何不同	解放日報	2020/04/20
網劇與電視劇有區隔？觀眾未必買帳	解放日報	2020/04/20
扶貧或防疫抗疫內容的戲曲微型短劇劇本將獲 9 萬元扶持	中國經濟網	2020/04/20
「雲消費」期待「雲監管」	新華日報	2020/04/20
疫情之下，傳統文化產業如何轉危為機	廣州日報	2020/04/20
報告：2020 年第一季度遊戲產業收入達 732 億	中國經濟網	2020/04/20
電競俱樂部 WE 為何從上海回遷西安？	陝西日報	2020/04/20
遏制主演「高片酬」，也要治理明星「低藝德」	東方網	2020/04/20
線上視頻平臺大資料殺熟成慣例 買 VIP 就活該被宰？	中國新聞網	2020/04/20

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英國脫歐議題以及新型冠狀病毒 (COVID-19) 對於產業之影響，在各次產業動向方面，則聚焦於影視產業、廣告產業以及設計產業。

英國脫歐議題部分，目前英國政府正積極調整現行法規，以降低脫歐後的衝擊影響，不過目前英國創意產業約有 25% 的從業人員計畫前往他國發展。近期宣布自 2021 年起，前往英國的從業人員需在申請簽證前 90 天證明個人帳戶有 1,000 英鎊之儲蓄 (約新臺幣 37,458 元)，以確保移民、入境民眾得以在英國維持基本生活。而英國音樂家協會 (Incorporated of Musicians) 表示，表演藝術家需獲得 5 級簽證才能至英國工作，預計每年創意藝術產業的經濟損失造成約 1,110 億英鎊 (約新臺幣 4.16 兆元)，主要與創意產業大多為中小型、獨立創作家，而英國政府制定的移民措施可能促使這部分的藝術家取消巡迴演出，並威脅到中小型獨立表演場域的營運、排擠相關表演者之演出機會。

新型冠狀病毒對於英國產業影響部分，由於英國政府下令保持社交距離，並避免出入社交場所，這將衝擊實體戲院、博物館、展演設施等文化企業機構，為此英國總理承諾政府將挹注 300 億英鎊 (約新臺幣 1.12 兆元) 以刺激財政，同時準備 3,000 億英鎊 (約新臺幣 11.24 兆元) 之企業救濟金，協助英國企業度過此次難關。而中小型企業比重最高的創意產業英國政府亦將其減免額提升至 10,000 英鎊 (約新臺幣 37.46 億元)、推動相關商業中斷貸款計畫，讓中小型企業在前六個月享有零息之優惠。此外，英國藝術委員會 (Arts Council England) 亦於三月宣布將針對文化產業挹注約 1.6 億英鎊 (約新臺幣 59.93 億元) 之資金，同時放寬申請條件與管道，從業人員最高可獲的 2,500 英鎊 (約新臺幣 9.36 萬元) 之補助。目前英國政府為因應新型冠狀病毒而推出 11 項政策，主要分為維持企業資金面之正常營運、從業人員之相關保障、創意產業相關稅租減免等。

在影視產業部分，英國衛星電視營運商經營的 Sky 和 Disney+ 達成協議並共同合作，為英國地區提供 SVoD 的服務，訂閱 Sky Q 的用戶即可透過應用程式購買 Disney+，透過 Sky Q 觀看相關影視作品，透過此一合作計畫，將可預期新增約有 1,000 萬名以上的用戶，目前 Disney 在 SVoD 的部分提供為期 12 個月 49.99 英鎊 (約新臺幣 1,900 元) 之會員費，平均每月價格約 4.17 英鎊 (約新臺幣 156 元)，較原價的 59.99 英鎊 (約新臺幣 2,247 元) 優惠，同時預期 Disney+ 下一階段將版圖擴張至 Now TV 的用戶。此外，BFI 和美國國家電影電視學院 (The National Film and Television School) 共同合作一起培育影視產業人才，未來預計透過資金支持培育人才從基本課程開始培育。而因應疫情影響，英國無論是電視、電影產業皆嚴重受到衝擊，依據 BFI 數據統計顯示，英國 2020 年票房表現衰退幅度較 2019 年同期大幅衰退，無論是英國民眾喜愛的迪士尼動畫片或是動作英雄系列片之票房表現皆衰退 50% 以上。

廣告產業部分，因疫情影響，許多廣告商將廣告投放預算經費由線上影音平臺轉向挹注至傳統電視產業，且由傳統的旅遊節目、戲劇節目轉向投放至新聞頻道，主要與疫情持續升溫，民眾開始觀看新聞頻道追蹤疫情發展有關，廣告公司的投放改變直接影響英國電視產業的營收。在設計產業部分，依據英國設計委員會 (Design Council) 於三月發布的相關報告指出，因應高齡少子化、公共衛生近期倍受關注，未來設計走向將以改

善健康醫療等工業設計為軸心，委員會也表示未來四年英國設計產業將重點關注三大面向，分別是商業創新、社區營造與公共服務。

表 5-4 英國文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期
Government warned that immigration crackdown will “cut the legs off” UK music industry	NME	2020/02/21
Non-UK musicians will need visa to perform in the country from 2021	NME	2020/02/21
BFI, British Council in Berlin to unite UK and international outfits	Screen Daily	2020/02/23
UK box office rises 18% year-on-year in the first seven weeks of 2020	Screen Daily	2020/02/26
Brexit’s chilling threat to the music and creative industries	The New European	2020/02/28
UK Facing \$100m+ Funding Loss After Creative Europe Brexit Withdrawal; Orgs Call On Government To Plug Gap	DEADLINE	2020/02/28
UK training bodies unite to launch Centre of Screen Excellence in Leeds	Screen Daily	2020/02/28
UK investors launch £500m UK studio fund, acquire Twickenham Studios	Screen Daily	2020/03/02
UK Housing Minister launches Home of 2030 design competition	design week	2020/03/03
Disney+ teams up with Sky for the UK and Ireland	Screen Daily	2020/03/03
UK to end Creative Europe participation post-Brexit	The Stage	2020/03/04
UK’s Altitude launches factual film and TV division	Screen Daily	2020/03/04
BFI London Film Festival to expand VR, TV and industry programmes for 2020 edition	Screen Daily	2020/03/04
Redesigning our relationship with ageing in the UK	design week	2020/03/05
UK’s East End Film Festival to close due to lack of funding (exclusive)	Screen Daily	2020/03/05
Lionsgate UK starts company choir to boost mental health in the workplace (exclusive)	Screen Daily	2020/03/06
Hundreds of art organisations outraged as UK withdraws from €1.46bn Creative Europe fund	The Art Newspaper	2020/03/09
British Film Commission’s annual budget doubled by UK government	Screen Daily	2020/03/12

標題	來源	日期
Purely Capital launches receivables platform with \$150m funding	Screen Daily	2020/03/12
Ofcom fines BT £245,000 for overcharging EE customers for 118 calls	Ofcom	2020/03/12
UK box office struck down by coronavirus effect	Screen Daily	2020/03/16
Government and BBC's joint statement on delaying the TV licence fee for over 75s	Gov.uk	2020/03/16
Odeon, Cineworld, Picturehouse, Vue to close all UK and Ireland cinemas due to coronavirus	Screen Daily	2020/03/17
£330bn coronavirus business loan plan: what designers need to know	design week	2020/03/18
Creative Industries Federation calls on government to help creative businesses survive	The Bookseller	2020/03/18
Screen Ireland announces plans to support film, TV sector during pandemic	Screen Daily	2020/03/18
Half of UK creative sector freelancers have already lost money	Screen Daily	2020/03/19
UK PARTICIPATION IN THE FUTURE CREATIVE EUROPE PROGRAMME	Creative Europe Desk UK	2020/03/20
British Film Commission teams with BFI, UK government, industry partners on COVID-19 measures	Screen Daily	2020/03/20
BBC, Sky and Guardian most-trusted news brands, thanks to coronavirus coverage	campaign	2020/03/20
ITV reduces programme budget by £100m as ad market deteriorates	campaign	2020/03/23
Our Strategy 2020-24 Using design as a force for change	Design Council	2020/03/23
Arts Council England announces £160 million emergency fund to support cultural sector during coronavirus crisis	Evening Standard	2020/03/24
UK's Creative Industry Federation urges \$17.5bn support for freelancers	TBI vision	2020/03/24
BFI, Film and TV Charity create Covid-19 emergency relief fund; Netflix donates £1m	Screen Daily	2020/03/24
BBC donates TV and online ad space to global health bodies to combat coronavirus	campaign	2020/03/24
COVID-19: Government responds to open letter for Temporary Income Protection Fund for the UK's self-employed	Design Council	2020/03/24
How smaller UK streaming platforms are stepping up in the time of coronavirus	design week	2020/03/26
Sector Specific Support for those affected by COVID-19	Creative Industries Federation	2020/03/26

標題	來源	日期
The value of TV in the time of coronavirus	campaign	2020/03/26
Digital advertisers shift sharply from sports and travel to news, hobbies	campaign	2020/03/26
UK films at the worldwide box office, 2019	BFI	2020/03/26
UK government unveils plan to support self-employed	design week	2020/03/27
Curzon, BFI Player, MUBI reveal latest viewing data during UK lockdown	Screen Daily	2020/03/30
COVID-19: Support From Government	Creative Industries Federation	2020/03/30
UK ad market faces drop of 50% in April	campaign	2020/03/30
Coronavirus: Arts Council England publishes further guidance on £160m emergency funds	The Stage	2020/03/31
Responding to the Covid19 emergency	Art Council England	2020/03/31
U.K. Creative Industry Freelancers Fear Ineligibility To Government Schemes	Forbes	2020/03/31
ITV has outsmarted Channel 4 with its creative sales initiative	campaign	2020/04/01
News brands set to lose £50m if advertisers continue to blacklist coronavirus	campaign	2020/04/01
SME coronavirus loan scheme update: what designers need to know	design week	2020/04/03
Women in Film & TV UK survey reveals 96% of members have lost all their income	Screen Daily	2020/04/03
All income wiped out for 42% of firms says UK's Creative Industries Federation	Screen Daily	2020/04/06
Creative Industries Federation calls for urgent grant support for creative organisation	Creative Industries Federation	2020/04/06
Audiences turn to BBC, Sun and Daily Mail for coronavirus updates	campaign	2020/04/06
Government and video games industry join forces in fight against coronavirus	Gov.uk	2020/04/06
Cineworld executives to defer salary and bonuses during Covid crisis	design week	2020/04/07
Tourism Minister launches £1.3 million fund to support Destination Management Organisations	Gov.uk	2020/04/07
Ofcom sets out licensing plans for small-scale DAB radio	Ofcom	2020/04/07

標題	來源	日期
Edinburgh TV festival switches to online-only for 2020 edition	design week	2020/04/08
Innovate UK to invest £20m in coronavirus R&D “resilience” projects	design week	2020/04/08
UK’s Covid-19 Film and TV Emergency Relief Fund launches as 93% of freelancers now out of work	design week	2020/04/08
Channel 4 slashes costs as TV ad market drops more than 50% in April and May	campaign	2020/04/08
BFI reveals £4.6m support package for UK film industry	Screen Daily	2020/04/09
BFI partners with UK cinemas to serve regional audiences during lockdown	Screen Daily	2020/04/09
Screen Talk: the challenges and opportunities for film festivals during Covid-19	Screen Daily	2020/04/13
Over 100 MPs and peers in call to back creative industries in lockdown	The Guardian	2020/04/14
Screen Ireland provides €4.5m coronavirus support measures	Screen Daily	2020/04/17

五、美國

近期 (02/21~04/20) 美國新聞主要包含兩大類，一為各業 2019 年年度市場動態報告的公布，二為 COVID-19 (武漢肺炎) 帶來的衝擊和影響，涉及藝術文化及娛樂相關版權產業。

首先為版權產業之各業市場動態。根據美國電影協會 (MPA) 的報告顯示，2019 年全球娛樂市場 (含電影、電視和串流媒體內容) 有史以來首次超過 1000 億美元。全球票房收入佔其中的 425 億美元，創下新高，主要貢獻來自於北美地區以外的國際票房 (超過 300 億美元)；而全球家庭 / 移動串流服務也持續爆炸性成長，市場收益達 588 億美元，較 2018 年成長 14%，線上串流服務的訂閱數量增加到 8.64 億，成長 28%。針對北美地區，2019 年電影票房約為 114 億美元，下滑了 4%，不過，該年間約有 75% 人口至少去過一次電影院，較 2018 年略有成長，且當中可見年輕人在電影院的人均進場率相對較高。在家庭 / 移動串流服務方面，2019 年美國市場成長 8% 來到 252 億美元，成長原因主要來自數位市場，線上串流服務的訂閱數量約增至 2.37 億，成長 26%。

根據美國唱片業協會 (RIAA) 的年度報告，2019 年美國唱片音樂業務創造收入達 111 億美元，較 2018 年成長 13%，已連續四年雙位數成長且速度加快。其中有 79.5% 來自串流媒體，收入約為 88 億美元，較 2018 年成長 19.9%，為串流媒體業務首次超過總收入四分之三。串流媒體付費訂閱收入成長 25%，約為 68 億美元，而由廣告支持的隨選服務也顯著成長。除了線上服務，實體收入基本上保持穩定。整體而言，數字化收入占 2019 年收入比重約為 87.2%，實體收入占 10.3%，同步版權費占 2.5%。

美國出版商協會 (AAP) 發布 2019 年底 StatShot 報告，顯示 2019 年整體出版產業收益較 2018 年略有成長，達 147.67 億美元 (約成長 1.8%)。而 2020 年 1 月的 StatShot 報告則反映，所有類別的單月總銷售額達 11 億美元，較 2019 年一月成長 3.7%，貿易銷售額也成長 3.7% 達 5.68 億美元；有聲下載持續成長，收入約達 5,000 萬美元，較 2019 年 1 月成長 14.6%，反觀電子書則持續下降了 6.5% (總額約為 7,500 萬美元)。

另一方面，針對藝術市場而言，巴塞爾藝術展和瑞士銀行瑞銀集團發布 2019 年度全球藝術市場報告，該報告分析認為國際藝術品市場整體成長處於平穩階段，全球藝術品與古董的總銷售額約為 641 億美元，其中，美國的年度總銷售額為 238 億美元，成為全球最賺錢的藝術市場，其次為英國及中國。不過，全球拍賣銷售因高價拍賣品的稀缺而下滑了 17%。另外，千禧年一代的新興藏家成為藝術市場發展的關注焦點。

面對近月 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情肆虐，對美國藝術文化界造成的影響無數，自 2 月底以來，眾多戲劇演出及音樂會被取消或延期，3 月間，劇院、電影院、美術館、博物館也相繼關閉。由於電影院的關閉，美國票房大失血，不僅降至 20 年低點，甚至首次出現零收入的紀錄；實體商店的關閉、現場活動及影視內容製作的取消與停工，也導致流行音樂界的演出收入銳減、歸零。美國最大的連鎖電影院 AMC 按政府疾管中心指示，宣布暫停營業 6 至 12 週，然外界評估認為若關閉拉長至 8 月，不排除 AMC 申請破產的可能。

另一方面，在疫情期間，美國非營利組織 Internet Archive 為了向讀者提供廣泛閱讀機會，推出「國家緊急圖書館」，取消對掃描書借閱的限制。起初報導指出此緊急圖書館填補了圖書館和書店關閉的缺口，然而，作者及出版商很快開始提出質疑與批評，認為此措施沒有思考對作者、書商和出版商的救助，甚至稱此為偽裝成公共服務的盜版行為。

針對公共救助與政府支持措施方面，美國博物館聯盟 (AAM) 於 3 月 19 日發表聲明表示將敦促美國國會將至少 40 億美元的非營利性博物館納入 COVID-19 經濟救濟立法，以提供至六月的緊急援助。此外，AAM 也呼籲國會採取臨時的「普遍慈善抵減」措施，以在危急時期鼓勵慈善捐贈。

而後美國國會於 3 月 26 日通過一項 2.2 萬億美元的重大救助計劃，為遭受 COVID-19 衝擊的美國人提供進一步支持，《冠狀病毒援助、救濟和經濟安全法案 (Coronavirus Aid, Relief And Economic Security, CARES)》的內容包括對自營作業者的經濟支持。針對藝術創意部門也有具體措施，包括為國家藝術基金會提供 7500 萬美元的補充資金，該資金將分配給受 COVID-19 停工影響的國有和非營利性藝術組織。以上作為受到相關協會的支持，美國國會亦表示接下來將可能推動一系列的措施來應對疫情的挑戰。

表 5-5 美國文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期
Donald Trump jabs at Parasite's Oscar win because film is 'from South Korea'	The Guardian	2020/02/21
US Recorded Music Revenue Reaches \$11.1 Billion in 2019, 79% From Streaming: RIAA	billboard	2020/02/25
RIAA Releases 2019 Year-End Music Industry Revenue Report	RIAA	2020/02/25
Streaming now 80% of the \$11.1 billion US recorded music market	CMU	2020/02/26
Streaming continues to boost US music industry growth	The Star	2020/02/27
Motion Picture Association Launches "Film School Friday" Program	MPA	2020/02/28
Global Film Industry Facing \$5 Billion Loss Amid Coronavirus Outbreak	The Hollywood Reporter	2020/03/02
WHAT THE US RECORD INDUSTRY SHOULD FEAR ABOUT ITS FUTURE - AND WHAT IT DESERVES TO CELEBRATE	Music Business Worldwide	2020/03/02
Global Art Sales Fell In 2019, But US Remains Top Market	Forbes	2020/03/05
Global art market shrank 5 per cent in 2019, says Art Basel/UBS report	Financial Times	2020/03/05
2020 Art Basel Global Market Report Reveals Leveled Growth, with Emerging Collectors a New Focus	Art Market Monitor	2020/03/05

標題	來源	日期
Digital entertainment spending passes global box office as streaming transforms Hollywood	Los Angeles Times	2020/03/11
New Report: 2019 Global Theatrical and Home Entertainment Market Surpasses \$100 Billion for First Time Ever	MPA	2020/03/11
MPA Annual Industry Report Shows Global Entertainment Spending Hitting Record \$101B	Deadline	2020/03/11
Global Entertainment Industry Surpasses \$100 Billion for the First Time Ever	Variety	2020/03/11
The Film Industry Made A Record-Breaking \$100 Billion Last Year	Forbes	2020/03/12
The Publishing Industry Grew Nearly 2% Overall In 2019	Forbes	2020/03/12
AAP Statement on White House Effort to Convene Researchers, Funders and Publishers in Effort to Combat COVID-19	Association of American Publishers	2020/03/13
Coronavirus Should Be a Turning Point for the Music Industry	Vulture	2020/03/14
Streaming Royalties and the Starving Artist: How Musicians make money	Reviews.com	2020/03/14
The US box office suffered its worst weekend in more than 20 years	Business Insider	2020/03/16
U.S. BOX OFFICE AT 20-YEAR LOW BECAUSE OF CORONAVIRUS AS MOVIE THEATERS ACROSS COUNTRY SET TO CLOSE	Newsweek	2020/03/16
AMC Theatres to Close for Six to 12 Weeks	The Variety	2020/03/16
Museum Alliance Seeks \$4 Billion In Immediate Relief From Congress With Coronavirus Closures Devastating Industry	Forbes	2020/03/19
American Alliance of Museums Urges US Congress to Include \$4 Billion for Nonprofit Museums in COVID-19 Economic Relief Legislation	American Alliance of Museums	2020/03/19
MusicWatch report notes growth in US 'music buyers' to 116m	musically	2020/03/19
Resources For Music Businesses And Industry Workers In Need Amidst The Pandemic	npr	2020/03/20
Music Streaming Is Down in the Time of Social Distancing	Rolling Stone	2020/03/23
US box office records zero takings for first time ever as coronavirus crisis bites	The Guardian	2020/03/24
Statement from Motion Picture Association Chairman and CEO Charles Rivkin on the Passage of the Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security (CARES) Act	MPA	2020/03/27
US Government Offers Help For Musicians, Music Industry	Celebrity access	2020/03/27
COMMENT FROM AAP PRESIDENT AND CEO MARIA PALLANTE ON THE INTERNET ARCHIVE' S "NATIONAL	Association of American	2020/03/27

標題	來源	日期
EMERGENCY LIBRARY”	Publishers	
US music industry welcomes support for self-employed and the arts provided by Congress’ s \$2.2 trillion COVID-19 relief legislation	CMU	2020/03/30
‘Emergency’ Online Library Draws Ire of Some Authors	The New York Times	2020/03/30
Authors fume as online library “lends” unlimited free books	ars TECHNICA	2020/04/01
SOUNDCLOUD LAUNCHES NEW MARKETING AND DISTRIBUTION PLATFORM FOR ‘SERIOUS ARTISTS WHO WANT TO TAKE THEIR CAREER TO THE NEXT LEVEL’	Music Business Worldwide	2020/04/02
SOUNDCLOUD GIVES AWAY \$15M-WORTH OF CREATOR SUPPORT DURING COVID-19 PANDEMIC	Music Business Worldwide	2020/04/02
Coronavirus and culture – a list of major cancellations	The Guardian	2020/04/03
Best music streaming service for 2020: Spotify, Apple Music, Amazon and more	cnet	2020/04/06
CNN ACQUIRES CONTENT PERSONALIZATION AND DISCOVERY STARTUP CANOPY	Music Business Worldwide	2020/04/07
APPLE MUSIC LAUNCHES \$50M ADVANCE FUND FOR INDEPENDENT LABELS HIT BY COVID-19 IMPACT	Music Business Worldwide	2020/04/07
MUSIC STREAMING SUBSCRIPTIONS FORECAST TO TOP 450M BY THE END OF 2020 (REPORT)	Music Business Worldwide	2020/04/07
AAP JANUARY 2020 STATSHOT REPORT: PUBLISHING INDUSTRY UP 3.7%	Association of American Publishers	2020/04/07
Roku joins UK streaming wars with free ad-funded channel	campaign	2020/04/07
Graphic Film Market Size Worth Around US\$ 40,400 Mn by 2027	EFE	2020/04/08
SOUNDEXCHANGE HITS \$7BN IN LIFETIME ROYALTY DISTRIBUTIONS	Music Business Worldwide	2020/04/09
AMC Theatres Bankruptcy Likely, Analysts Say	The Variety	2020/04/09
Coronavirus crippling film industry, US box office headed for worst year since 1998	CNBC	2020/04/13
Disney's Bob Iger stays on to steer company during Covid-19 crisis	The Guardian	2020/04/13
SONY/ATV TEAMS WITH MUSIC PRODUCTION MARKETPLACE BEATSTARS TO PROVIDE PUBLISHING SERVICES TO PRODUCERS & SONGWRITERS	Music Business Worldwide	2020/04/14
Film Indies & U.S. Agencies Set Dates For Virtual Market To Run Alongside Cannes Online Marché	Deadline	2020/04/16
No reopening in sight for US cinemas after federal guidelines issue	The Guardian	2020/04/17
SONGTRADR OFFERS ARTISTS FREE MUSIC DISTRIBUTION	Music Business	2020/04/19

標題	來源	日期
UNTIL SEPTEMBER 30: 'WE' VE BEEN DOING WHAT WE CAN, BUT WE NEED TO DO MORE.'	Worldwide	
BIG RADIO CONSOLIDATION SPOTLIGHTS THE NEED TO UPDATE SONGWRITERS' RIGHTS	Music Business Worldwide	2020/04/20
VICTORY RECORDS FOUNDER TONY BRUMMEL LAUNCHES NEW COMPANY, MISSION TWO ENTERTAINMENT	Music Business Worldwide	2020/04/20

六、法國

近兩個月 (02/21~04/20) 法國文化產業情勢動態，主要聚焦在政府及藝文界對歐美疫情影響推出的紓困舉措，包含面向藝文產業及創作者的救助金、相關展演活動如坎城影展、安錫國際動畫影展與巴黎男裝週的期程調整，以及疫情期間對文化產品的消費行為等。

歐美疫情持續延燒，法國政府在 3 月 14 日起已明令，所有非民生基本需求之公共場所 (文化設施) 關閉；儘管法國總統馬克宏於 4 月中宣布，全面隔離措施預計於 5 月 11 日結束，但對於相關場館如電影院是否重新開放，暫未有確切日期，其他大型宣傳或節慶活動，亦須在 7 月中旬後才可獲准舉辦。

法國藝文產業發展蓬勃，該領域經濟發展亦占法國 GDP 的 2.5%，就業占 2.2%，全國約有 275,000 名屬間歇性工作制的藝文從業人員，此次受疫情影響正面臨生計衝擊。對此，法國政府推出藝文相關紓困方案，文化部於 3 月 18 日編列特別預算 2,200 萬歐元 (約新臺幣 7.14 億元) 資助被疫情波及的電影、影視傳媒、音樂、表演藝術、出版、視覺藝術等六大藝文產業。

電影從業人員的紓困舉措方面，除將強化對部分失業情形的支持，提高相關補助率至最低薪資的 4.5 倍，並擴大該措施涵蓋的間歇性工作者，以保障正面臨展演空窗期的從業人員、其他採短期合約聘僱者等的失業保險金、相關補償並享有相關社會權利。而針對受行政關閉或活動減少影響經濟收入的自由職業者及創作者，則設立緊急基金，申請符合資格者可立即獲得每月 1,500 歐元 (約新臺幣 4.89 萬元) 的救助金，延期繳納如租金、水電等基本開銷費用；因應個別困難情形，得以直接或間接退稅，或延長相關稅負的繳交期限。相關單位如國家財政司 (DGFIP) 也將配合加快藝文產業稅收減免的流程運作。

在電影產業部分，法國國家電影中心 (CNC) 已開放既有從院線播放到發行 VOD 須間隔四個月的規定，公告於疫情期間推出卻無法上院線的影片，可直接改以 VOD、DVD、藍光等形式發行。與此同時，CNC 基於下半年一般為電影供應較密集的時期，亦正與電影院密切協商，以期能在下半年均衡調整排片分配。

此外，法國電影資料館推出線上放映平臺 Henri，在疫情期間提供線上影音體驗；相關大型影展部分，原將於 5 月 12 日至 23 日舉行的第 73 屆坎城影展 (Festival de Cannes)，4 月中旬已宣布延期，其平行單元如導演雙週、國際影評人週和 ACID 都已宣布取消。原訂定於 6 月 8 日至 6 月 13 日舉行的安錫國際動畫影展，主辦方則考量影展關聯活動眾多、無法全數配合改期，已宣布停辦，除將改以線上方式提供作品內容與影展資訊，主要項目如慶祝 60 週年之特別項目、非洲動畫單元等都將推遲至 2021 年舉行。

民間業者如 Netflix 則與文化領域相關的社會保護組織 Audiens 共同宣布，已透過 CNC 與文化部協商，將提供 100 萬歐元 (約新臺幣 3,243.73 萬元) 的基金協助影視相關藝文工作者度過難關。該資金主要來自 Netflix 早先於 3 月底提出、將向全球提供 1 億美金 (約新臺幣 30.02 億元) 協助影視娛樂產業度過危機的急難支持基金。

音樂產業方面，法國國家音樂中心 (CNM) 宣布已獲中央提供的 1,150 萬歐元 (約新臺幣 3.73 億元) 用於紓困基金，其中 150 萬歐元將分別撥款最高 50 萬歐元 (約新臺幣 1,621.86 萬元) 至法國作詞作曲及音樂發行人協會 (SACEM)、藝術家聯盟 (l'Adami) 以及表演者版權協會 (SPEDIDAM) 等單會協助處理。CNM 表示，補助機制預計分為二個層次，第一層次補助最高 8,000 歐元 (約新臺幣 25.95 萬元)，第二層次則為 11,500 歐元 (約新臺幣 37.30 萬元)，並暫停徵收隔離期間各類音樂表演的 3.5% 稅收。

民間單位亦有相關舉措。法國錄音著作權利人團體 (SCPP) 於 4 月 14 日公告，已通過一項 900 萬歐元 (約新臺幣 2.92 億元) 的支持計畫，其中將分兩部分，一部分針對 SCPP 內約 3,000 名獨立創作人提供財政援助 (522 萬歐元，約新臺幣 1.69 億元)；另一部分為鼓勵隔離後重啟創作的額外創作補助 (378 萬歐元，約新臺幣 1.23 億元)。

表演藝術產業，文化部預計撥款紓困之金額計有 500 萬歐元 (約新臺幣 1.62 億元) 用於補助私立劇院；公立劇院方面則須依合約支付已邀演之相關展演團隊與工作人員，其後再依據院規模另訂解決方案。

文化部亦規劃 500 萬歐元 (約新臺幣 1.62 億元) 投入出版產業紓困，不過法國書店協會 (SLF) 日前呼籲，希望政府能透過國家圖書中心創立針對出版產業的急救基金，以補貼書店業者於隔離關閉期間須支付的經營虧損，否則隨疫情持續恐將倒閉數百間書店。

時尚產業部分，巴黎高級時裝和時尚聯合會已宣布，原訂於 6 月 23 日至 6 月 28 日舉行的巴黎男裝週，以及 7 月 5 日至 7 月 9 日間舉辦的高級訂製服發表已確定取消。

藝文消費調查，IFOP 市調於 3 月 26 日至 27 日在法國針對 1,050 名 15 歲以上的網路用戶進行調查，統計顯示，法國自實施居家隔離措施以來，網友在線上消費更多文化產品，消費前三高分別為電視連續劇 (55%)、遊戲 (53%) 以及電影 (50%)，其後依序為閱讀新聞 (46%) 和電子書 (42%)，以及音樂 (40%)。在消費態度上，有 53% 的受訪者認為，文化產品是隔離期間除了工作以外最重要的消費產品；62% 的人聲稱至少消費一種文化產品，且比進行居家隔離前消費得多，年齡層分布中亦以 15 至 24 歲的年輕人有明顯消費更多的傾向，占約 82%。

表 5-6 法國文化產業情勢動態(02/21~04/20)

標題	來源	日期	中文標題
L'exposition Léonard de Vinci a attiré plus d'un million de visiteurs, un record pour le Louvre	francetvinfo	2020/2/25	達文西展吸引逾百萬名訪客，創羅浮宮紀錄
Streaming payant : dix millions de Français jouent le jeu, le marché de la musique reprend des couleurs	francetvinfo	2020/2/25	付費串流媒體：近千萬名法國人投入遊玩，音樂市場煥然一新
Foires, salons, musées, le monde de l'art commence à se préoccuper de son empreinte écologique	francetvinfo	2020/2/25	展覽、表演與博物館，藝文界擔憂其生態足跡

標題	來源	日期	中文標題
Pour une meilleure visibilité des Outre-mer sur france.tv	Ministère de la Culture	2020/2/28	透過電視台 france.tv 增加海外能見度
Ébranlés par le coronavirus, les cinémas français appellent à l'aide de l'État	konbini	2020/3/3	法國電影院受 COVID-19(武漢肺炎)衝擊，呼籲國家援助
Bourse de résidence pour les auteurs BD	Centrenationaldulivre	2020/3/4	漫畫作者的駐地補助金
La photographie française, entre enchantement et information	Ministère de la Culture	2020/3/5	法國攝影，在自我敘事和普世主義凝視之間
Coronavirus : le ministère de la Culture se mobilise pour les entreprises de spectacle	Ministère de la Culture	2020/3/11	COVID-19(武漢肺炎)：文化部動員演藝界
Coronavirus : en France, les mesures sanitaires mettent la culture à l'arrêt	Le Monde	2020/3/14	COVID-19(武漢肺炎)：法國防疫措施造成文化停滯
Coronavirus : Château de Versailles, Tour Eiffel, Louvre, Centre Pompidou, Musée d'Orsay, Olympia, Châtelet, Théâtre des Champs-Élysées... des fermetures en cascade	francetvinfo	2020/3/14	COVID-19(武漢肺炎)：凡爾賽宮、艾菲爾鐵塔、羅浮宮、龐畢度中心，奧賽美術館，奧林匹亞音樂廳，巴黎市中心夏特雷，香榭麗舍劇院...一連串關閉
CORONAVIRUS : LE MONDE DE L'OPÉRA ET DE LA MUSIQUE GÉNÉREUX EN PÉRIODE DE QUARANTAINE	CNEWS	2020/3/15	COVID-19(武漢肺炎)：隔離期間的歌劇與音樂盛宴
CORONAVIRUS : RADIO FRANCE S'ORGANISE	CBNEWS	2020/3/15	COVID-19(武漢肺炎)：法國廣播電台組織動員
Les auteurs demandent des mesures d'urgence au Premier ministre	Actualitte	2020/3/16	創作者要求總統採取緊急措施
Coronavirus : le "cri du cœur" des artistes du monde classique	Rtbf	2020/3/17	COVID-19(武漢肺炎)：受波及藝術家發自內心的哭泣
Coronavirus : le ministère de la culture lance l'opération #CultureChezNous	Le Monde	2020/3/17	COVID-19(武漢肺炎)：文化部啟動#CultureChezNous 在家中參與表演
Video. Confinement : et si on découvrait les musées grâce à des visites virtuelles??	sud ouest	2020/3/18	影音與隔離：如何透過虛擬體驗遊覽博物館
Art et confinement : et si on cultivait la curiosité des enfants ?	journa ldes femmes	2020/3/18	藝術與隔離：隔離期間如何持續培養孩子的好奇心？
Crise sanitaire : premières mesures du ministère de la Culture en soutien au secteur culturel	Ministère de la Culture	2020/3/18	健康危機：文化部支持文化部門的首要措施
#Culturecheznous : accédez gratuitement à la culture en ligne pendant le confinement !	Archimag	2020/3/19	#Culturecheznous：隔離期間可近用的免費線上文化！
Coronavirus : le gouvernement annonce des mesures pour les intermittents du spectacle	france musique	2020/3/19	COVID-19(武漢肺炎)：政府宣布間歇性措施

標題	來源	日期	中文標題
La Journée de la francophonie a 50 ans	Ministère de la Culture	2020/3/20	Francophonie Day(全球法語日)今年50歲
Un fonds d'urgence est créé pour soutenir le secteur de la musique	Le Monde	2020/3/20	國家音樂中心宣布提供1,150萬歐元的援助，並暫停演出所產生的稅收
Le SOS du monde culturel aux pouvoirs publics	made in marseille	2020/3/24	文化世界對公眾的求救
Coronavirus : artistes et salariés de la culture lancent un appel au gouvernement	france musique	2020/3/24	COVID-19(武漢肺炎):藝術家和文化工作者向政府發出呼籲
Artistes, auteurs et vacataires : l'inquiétude monte chez les précaires de la culture	Le Monde	2020/3/24	藝術家,作家和臨時工:文化的不穩定性越來越引起關注
Employeurs culturels face aux impacts de la crise de coronavirus	Ministère de la Culture	2020/3/27	文化產業業者面對冠狀病毒危機的影響
Coronavirus : « Que l'industrie numérique culturelle sorte renforcée du confinement est dans l'air du temps »	Le Monde	2020/3/27	COVID-19(武漢肺炎):因應疫情影響,數位文化產業的與時俱進
CORONAVIRUS : PARIS ANNULE SA FASHION WEEK COUTURE ET HOMME	sortira paris	2020/3/27	COVID-19(武漢肺炎):巴黎取消高級訂製發表和男裝週
6月巴黎男裝周取消!新冠肺炎好毒高級訂製服也停辦	聯合新聞網	2020/3/28	6月巴黎男裝周取消! COVID-19(武漢肺炎)好毒高級訂製服也停辦
病毒來臨前已有危機 法國表演藝術界陷入存亡之秋	PAR 表演藝術	2020/4/1	病毒來臨前已有危機 法國表演藝術界陷入存亡之秋
Coronavirus : le Centre national des arts plastiques lève un « fonds d'urgence »	Le Monde	2020/4/2	COVID-19(武漢肺炎):國家造型藝術中心籌集緊急基金
Coronavirus : de nouvelles aides pour le secteur de la musique	Le Monde	2020/4/2	COVID-19(武漢肺炎):音樂領域的新援助
Coronavirus : le Syndicat de la librairie française lance un appel pour la création d'un fonds de soutien aux libraires	francetvinfo	2020/4/3	COVID-19(武漢肺炎):法國自由社會聯合會呼籲建立書商支持基金
France Culture inaugure son premier Prix BD des étudiants	Actualitte	2020/4/7	法國文化為學生開設了首個BD獎
Pour 53% des Français, la consommation de produits culturels est l'activité "la plus indispensable à leur équilibre" pendant le confinement	francetvinfo	2020/4/7	對53%的法國人而言,隔離期間消費文化產品是「至關重要的活動」
NETFLIX FRANCE : UN FOND D'AIDE D'URGENCE DE 1 MILLION €	CBNEWS	2020/4/8	NETFLIX 法國:100萬歐元的緊急援助基金
Coronavirus : une aide de 9 millions d'euros pour les producteurs de musique indépendants touchés par la	francetvinfo	2020/4/14	COVID-19(武漢肺炎):向受疫情影響的獨立音樂製作

標題	來源	日期	中文標題
crise du Covid-19			人提供 900 萬歐元的援助
GOOGLE ARTS & CULTURE SE MET À L'HEURE DU CONFINEMENT POUR CÉLÉBRER LA JOURNÉE MONDIALE DE L'ART	CNEWS	2020/4/15	GOOGLE ARTS & CULTURE 為慶祝世界藝術日設置了隔離措施
Coronavirus : quelles conséquences économiques pour le secteur culturel ?	francetvinfo	2020/4/15	COVID-19(武漢肺炎)：對文化部門有何經濟影響？
不敵疫情！坎城影展 3 平行單元率先宣布取消	中時電子報	2020/4/15	不敵疫情！坎城影展 3 平行單元率先宣布取消
Confinés, les Français passent un temps fou sur leur portable	le dauphine	2020/4/16	隔離，法國人在手機上花費了可觀的時間（線上消費文化產品的人比以前更多）
Librairies : le marché du livre s'est effondré depuis le début du confinement	francetvinfo	2020/4/18	書店：自隔離開始以來，圖書市場已經崩潰。
Galleries fermées et menacées de faillite, salons annulés, le monde de l'art vit la crise du coronavirus comme un tsunami	francetvinfo	2020/4/19	畫廊關閉、面臨破產威脅，展覽取消，藝術界正面臨如海嘯般的疫情危機
Musique.Prix des Musiques d'Ici : « La culture française représente par essence la diversité »	Lecourrier del atlas	2020/4/20	音樂。法國音樂博物館獎：法國文化實質上代表著多樣性
Les conséquences du Covid-19 sur le service public de la culture et les politiques culturelles	Alternatives Economiques	2020/4/20	COVID-19(武漢肺炎)對文化和文化政策的公共服務的影響
TOUCHÉ DE PLEIN FOUET PAR LA CRISE, QUEL SERA L'AVENIR DU CINÉMA FRANÇAIS APRÈS LE 11 MAI ?	CNEWS	2020/4/20	受到危機的沉重打擊，5 月 11 日後的法國電影未來？
Web-série, vidéos, podcasts : ce qu'il faut retenir de 4 ressources sur l'éducation aux médias	Ministère de la Culture	2020/4/20	網路系列、影音、部落格：值得記住的 4 種媒體教育資源