

110 年第 5 期 (10 月號)

文化 產業

雙月報

訊息及趨勢分析

國內外

發行 / 文化部

24219 新北市新莊區中平路 39 號南棟 13 樓

電話 02-8512-6000

網址 <http://www.moc.gov.tw/>

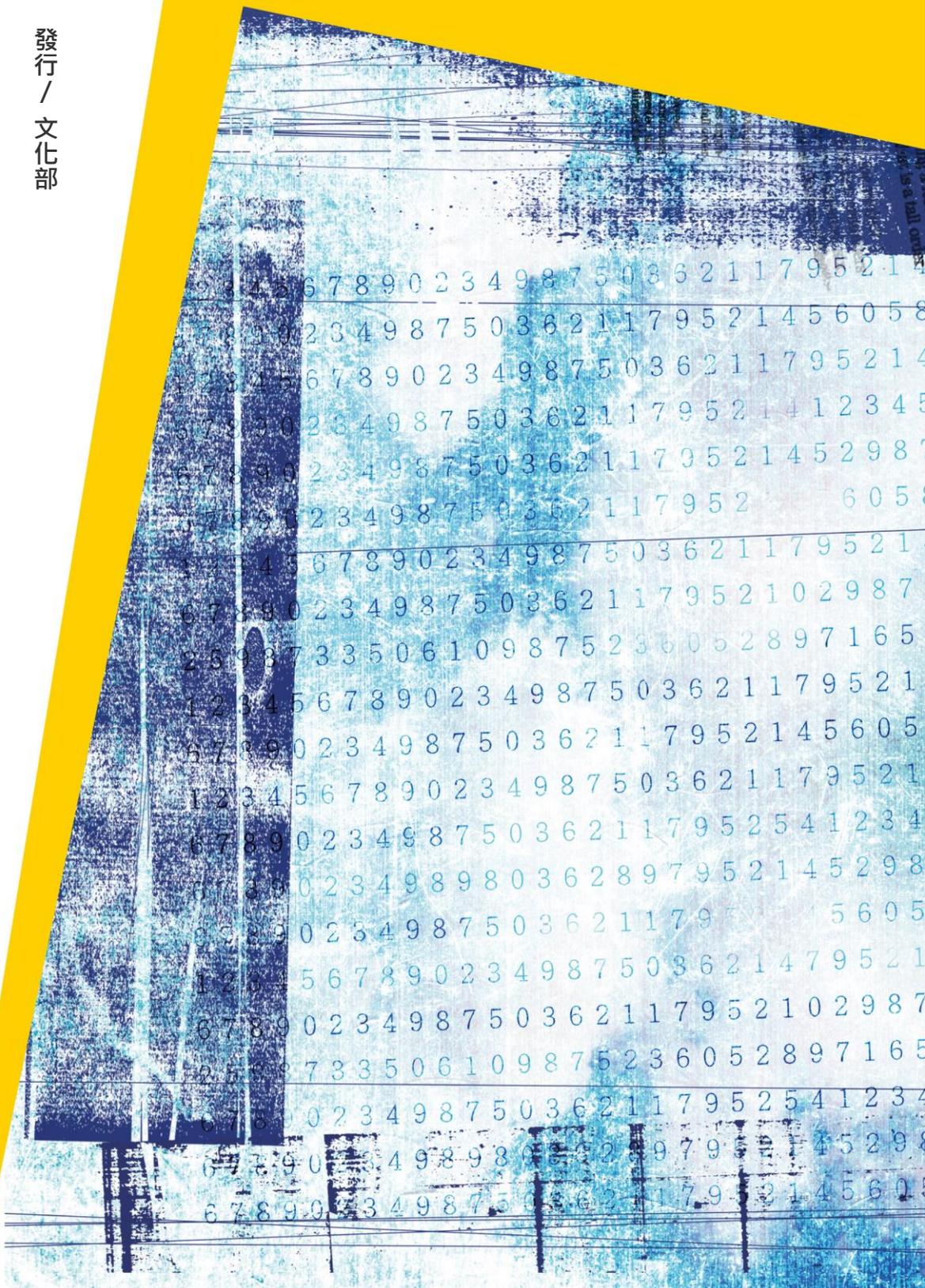
編撰 / 財團法人台灣經濟研究院

10461 臺北市德惠街 16-8 號 7 樓

電話 02-2586-5000

網址 <http://publication.tier.org.tw/>

(雙月報係受託機構之觀點，不應引申為文化部之意見)



本期目錄

| | |
|---|-----------|
| 第壹部分、文化產業國內外市場動態之專題分析..... | 7 |
| 一、【電影】2022年韓國的後疫情電影政策變化發展方向..... | 7 |
| 二、【表演藝術】表演藝術數位轉向的消費參與體驗和虛實關係轉變 | 12 |
| 三、【文資】歐洲文化資產生態系統模型..... | 15 |
| 第貳部分、市場觀點..... | 19 |
| 一、【電影】電影產業化發展的課題與未來契機：專訪彼此影業陳郁佳共同創辦人..... | 19 |
| 二、【表演藝術】順應 COVID-19 疫情加速數位發展，古典音樂演奏及教學的機遇與價值定位：專訪國立臺北藝術大學音樂學院蘇顯達院長..... | 22 |
| 三、【文資】民間力量投入老屋修繕保存在地文化：專訪台灣小鎮文化協會許書基理事長..... | 25 |
| 第參部分、專家論壇..... | 27 |
| 台灣音樂劇的過去、現在與未來？ / 張仰瑄專技助理教授..... | 27 |
| 第肆部分、國家專題..... | 32 |
| 日本電影動畫產業推廣國際共同製作事業..... | 32 |
| 第伍部分、重要國家文化產業情勢動態..... | 38 |
| 一、日本..... | 38 |
| 二、韓國..... | 45 |
| 三、中國大陸..... | 52 |
| 四、英國..... | 61 |
| 五、美國..... | 72 |
| 六、法國..... | 79 |

表目錄

| | |
|--|----|
| 表 1-1、後疫情時代的電影政策五大發展方向與核心任務..... | 8 |
| 表 5-1、日本文化產業情勢動態 (2021/06/21-2021/08/20) | 39 |
| 表 5-2、韓國文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20) | 46 |
| 表 5-3、中國大陸文化產業情勢動態 (2021/06/21 ~ 2021/08/20) | 52 |
| 表 5-4、英國文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20) | 62 |
| 表 5-5、美國文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20) | 73 |
| 表 5-6、法國文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20) | 80 |

圖目錄

| | |
|-------------------------|----|
| 圖 1-1、初擬文化資產生態系統模型..... | 17 |
| 圖 1-2、最終文化資產生態系統模型..... | 18 |

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、【電影】2022 年韓國的後疫情電影政策變化發展方向

全球歷經 COVID-19 疫情反覆升溫、疫苗推行並普及接種後，正逐步進入經濟復甦、適應新生活型態的後疫情時代，近年娛樂媒體發展強勢的國家也紛紛提出檢討對策，以期快速重振深受衝擊的文化內容產業。其中，韓國電影振興委員會（KOFIC）有感於既有電影政策不足，自 2020 年以來成立促進小組，逐步彙整並提出新電影政策發展方向，期待助益包含電影、網路影音、電視等全影音產業共同發展。本篇彙整 KOFIC 之 2022 後疫情電影政策報告，據以呈現韓國政府對電影產業的檢討觀察及產業政策調整方向。

（一）後疫情下的韓國電影產業現況

1. COVID-19 疫情揭示韓國電影政策舉措的侷限性

2020 年 COVID-19 全球疫情爆發，各國防疫封城措施陸續實施、直接波及仰賴實體活動的民生及娛樂消費產業，其中電影票房嚴重衰退、電影排片檔期大亂，更是劇烈影響整體營收表現。根據韓國公布數據，2020 年電影院票房收益、觀影人次皆較 2019 年大幅衰退 73% 左右；而基於公衛安全施行的政策進一步要求劇組停拍或延期、電影院關閉等，再次影響電影產業生計。KOFIC 經由檢討發現，國內電影政策長期以來聚焦於作品在製作發行的資金支持，少見對產業生態相關資訊的掌握與對應政策。因此既有政策很難迅速提供產業從業者保障，不利於維持電影產業生態正常運作。

再者，疫情加速全球數位化進程，推動網路媒體、OTT 平臺等蓬勃發展，快速吸引消費者轉往線上；相較之下，韓國自 1999 年奠定以電影映演業為核心的電影推廣扶持政策後，2006 年制定之《電影和錄像產品促進法》，仍未確實涵蓋線上產業活動，也致使 2020 年後缺乏合適的政策舉措因應網路數位媒體的發展與衝擊。

2. 網路與數位媒體的蓬勃發展，劇烈影響電影產業生態

從產業變化觀察，網路與數位媒體的快速發展，近期主要體現在 Netflix 為首的國際 OTT 平臺在全球崛起，甚至透過其對海外影視內容的高額製作投資，影響當地產業生態運作。以韓國為例，國外平臺如 Netflix、愛奇藝等都擴大對韓影及韓劇的製作預算規模；國內業者如 CJ ENM、綜合傳媒集團 J Contentree 等也跨足發展 OTT、推動電影 IP 的製作投資、發行，打破並參與影視內容從創作產製上游到下游發行端的既有供應鏈，形成由國內外媒體巨擘聯手引導韓國影視產業的局面。

儘管網路平臺帶動大規模製作的電影投資與發行呈現成長趨勢，且全球自防疫措施推行、廣泛接種疫苗後已逐漸復甦，但近期電影產業營收並未明顯上揚；媒體巨擘建立的新興產業鏈吸引優秀人才簽訂獨家合約，影響新供應鏈以外的創作新人、獨立製作人

創作、發行作品的機會，或將降低市場上中低製作預算作品的產出可能，連帶將影響韓國電影多樣性與新興創作能力。

(二) 後疫情時代的電影政策五大發展方向，回應產業變遷趨勢

綜合以上產業變化影響，KOFIC 自 2020 年 8 月成立電影政策推動小組，歷經產業課題論壇、政策諮詢座談會等廣泛蒐集意見，於 2021 年 5 月完成電影政策基本報告，預計於 2022 年公布與施行，據以回應快速變遷的影音內容環境；並期待透過新電影政策的制定，實現該政策目標：「促使韓國電影產業藉由數位媒體擴大規模」。新的電影政策規劃針對官方政策與法規修訂，產業環節自內容供給端、發行端、消費市場端，以及支持環節如人才供需、學校教育等儘可能進行全面檢視，最後歸納出五大發展方向，用以解決促進小組經由檢討發現的現況難題，並提出預計調整的施行方向。

表 1-1、後疫情時代的電影政策五大發展方向與核心任務

| 發展方向 | 核心任務 | 欲解決的現況難題 | 調整方向 |
|-------------------------|---|--|---|
| 創新的政策實施策略 | <ul style="list-style-type: none"> - 擴大 KOFIC 功能 - 建立新政策合作體系 | <ul style="list-style-type: none"> - 以電影映演業為中心的推廣政策，以及應對網路發行影音的政策不足 - 收集電影產業生態資訊能力不足 - 管理任務聚焦補助報銷 | <ul style="list-style-type: none"> - 重組為包含線上發行及網路影音內容的支持系統 - 建立電影產業綜合資訊系統，及時回應政策 - 全面推動電影產業資訊共享與傳播 |
| 完善影視相關法規制度 | <ul style="list-style-type: none"> - 影視法律定義的實現 - 完善影視政策融資架構，建立完善支持體系 | <ul style="list-style-type: none"> - 落實電影放映稅金支持電影創作、製作和發行 - 數位媒體對電影產業生態系統的持續影響，並未體現在政策上 | <ul style="list-style-type: none"> - 制定法律合理納入 OTT、IPTV 等在產業生態系的作用，促使產業共生共存 - 推動平台一體化的影視支持體系 |
| 建構創新的創意與製作生態系統：新 K-電影計畫 | <ul style="list-style-type: none"> - 有效規劃和發展支持 - 產製成本來源多元化 | <ul style="list-style-type: none"> - 韓國商業大片依賴大型傳媒公司策畫開發、製作與發行 | <ul style="list-style-type: none"> - 建立獨立融資架構，與大型傳媒或投資公司並存 - 建置產業生態的數據資料庫，供政策擴大、維持韓國電影產業的創作能量 |
| 建立穩定的電影人工作環境 | <ul style="list-style-type: none"> - 電影從業人員職業資格認證體系的建立與運作 - 為創作製作者創造維護版權的環境 - 支持產業新血投入 | <ul style="list-style-type: none"> - 電影產業從業人員和創作者現況資訊不足 - 缺乏對電影工作環境水準的診斷和相關政策 - 缺乏對電影產業人力政策必要性之認知 | <ul style="list-style-type: none"> - 建立電影產業人資數據庫 - 塑造版權收入合理分配環境，解決收入兩極化問題 - 新推人力政策以支持電影人力投入與發展 |
| 擴大觀看、創作與享受的多樣性 | <ul style="list-style-type: none"> - 活化各種觀影文化 - 擴大創作和消費體驗的多樣性 | <ul style="list-style-type: none"> - 以內容供給端發展為導向的電影政策 - 以中央為中心的電影創 | <ul style="list-style-type: none"> - 藉由消費發展政策促進產業供需平衡 - 權力下放地方，增加創造力和消費者體驗多樣性 |

| 發展方向 | 核心任務 | 欲解決的現況難題 | 調整方向 |
|------|------|------------------------------|--------------------|
| | | 作支持措施 - 側重於短期成長和菁英培養的電影政策 | - 促進具有經濟與社會價值的電影政策 |

資料來源：整理自포스트코로나 영화정책 2022。

1. 創新的政策實施策略

- 擴大 KOFIC 功能、建立新政策合作網絡體系：

建立涵蓋網路發行作品的綜合支持體系與配套措施、涵蓋整體影視產業的綜合資料系統，整合電影事業認證系統、電影票房數據庫、影視綜合計算系統、影視版權資訊系統等，並由 KOFIC 建置專責機構維運處理；也將推動強化韓國電影獨立製作基地的功能，跨部會串聯支持政策、與產業資訊共享，有效運用其他機構對影視領域的扶持政策。另外，透過加強職業團體間的夥伴關係，除了定期進行實況調查，也將參考美國工會運作模式支持職業團體的自主自救能力，針對產業利益相關者溝通協商。

2. 完善影視相關法規制度

- 落實影視相關法律定義、建立完善支持體系：

推動修訂《電影和錄像產品促進法》擴大為《電影和影像產業促進法》，整合扶持政策、促進國內外數位媒體產業和影像產業均衡發展。其中電影、錄像產品（影集）沿用既有定義，但將順應產業現況趨勢，納入線上 VOD 服務業者，並建議有選擇地授予電影放映義務；另規劃將電影發展基金更名為電影及錄像產品發展基金，基金來源納入線上影集觀看費用，或引入彩券、國家體育促進基金等其他基金，建置多元化財政來源。

3. 建構創新的創意與製作生態系統：新 K-電影計畫 (New K-Cinema Project)

- 有效規劃和發展支持、產製成本來源多樣化：

有感於國內外傳媒巨擘 (CJ ENM、JTBC Studio、Kakao Entertainment、Netflix、Disney+、愛奇藝...) 影響產業生態、恐將壟斷影視版權，加劇大製作和小成本韓影兩極化發展，將透過引入新募資支持系統，結合參考上一部電影開播和發行資訊，提前支持該製作公司下一部作品的開發成本，支付一定比例的規劃開發費用；也將轉換韓國電影企劃開發的支持目標，重點發掘並培養具市場創新與新嘗試的製作者和製作人。另為促使製作公司取得多元籌資、不用仰賴單一大型平臺投資，規劃擴大母基金 (fund of funds) 投資，從現有的 18.7% 成長到 30%¹；促進對個人投資的租稅優惠，修訂《租稅特例限制法》帶動電影投資意願²；強化媒體自主創作、製作及投資對接作用，由 KOFIC 建立專門組織分析產業資金流向、合約實務等，活化其他機構的公共擔保和貸款支持政策。

¹ 現行母基金的投資比例原為 18.7% (2019 年文化類 9.6%、電影類 9.1%)。

² 現行影視製作成本稅收抵免制度，主要針對製作資金相對容易獲得或大型製作公司減免企業稅。

4. 建立穩定的電影人工作環境

- 電影從業人員職業資格認證體系的建立與運作：

透過制定電影職業認證機制，建立由企業、職業工會、職業團體等共同參與的諮詢機構。並與利益相關者針對從業人員資訊（工時、工作績效、職位和薪酬...等）達成共識，在合約中增列同意提供與使用的條款，促進職位描述標準化，讓職業認證可以和合約、註冊數據庫等一致，有助於後續資料可與影視產業就業市場資訊、藝文工作者就業保險和活動認證、創作者比例分配機制等串聯應用。

- 為創作製作者創造版權維護環境、支持產業新血投入

KOFIC 規劃引入創作者比例分配制度，針對創作者行使版權保護基礎，並與利益關係方進行集體協議³，讓創作製作方可以獲得合理作品利潤，緩解兩極化情形；也將針對創作者版權爭議建立專門基金會，引入版權集管、建立運用版權分配系統。另在新人投入方面，則分階段規劃入門教育、產業實習與培訓等，並支持電影產業的新創企業出現，透過創業競賽發掘、培養潛在人才或團隊，投入資金推動商業模式建立與發展。

5. 擴大觀看、創作與享受的多樣性

- 活化各種觀影文化、擴大創作和消費體驗的多樣性：

提升全國獨立藝術電影放映基礎，增加多元化觀眾需求，讓多樣化電影內容可以在全國電影院和網路平台上映，擴大獨立藝術電影消費群。其中除了加強專屬藝文片影院設置，針對人口 30 萬以上行政區設立公共獨立藝術影院、擴大民營與公立獨立藝術專門影院數至 100 家；以及將 2022 年將藝術片/獨立電影的觀影人數占比提升到總觀影人數的 10%⁴等。

在擴大對地方獨立藝術電影創作支持方面，也會透過增加地方支持規模，串聯地方電影網絡樞紐，針對全國 17 個都道府縣行政區推展在地化創作、分級電影教育等文化活動；也將推動電影文化的學校普及教育、以及將社會價值指標納入電影政策與原則，讓電影影響力可為公共利益和社區發展做出貢獻，例如從電影多樣化領域的評選指標和業務評估開始，包含文化多樣性、教育價值、性別平權、社群文化、永續發展性等。

（三）結語

綜合以上政策涵蓋範疇與預計調整方向，可觀察出韓國政府高度關注近年極具國際知名度的電影產業未來發展態勢，且在政策法規、基金組成結構等都已納入 OTT 等數位媒體平臺業者，並針對當前衍生的產業各環節問題嘗試提出解決方案。

此項新電影政策於今（2021）年對外宣布後，仍引發部分本土業者提出質疑。《釜山日報》報導指出，國內 OTT 業者包含 wavve、WATCHA 和 CJ ENM 旗下的 Tving 等擔憂政策中諸如將網路影音觀看費用納為電影發展基金等舉措，恐將引發國際平臺如

³ 集體協議會以《工會及勞資關係調整法》為依據，分潤機制會以《版權法》為依據。

⁴ 韓國 2015-2019 年觀看藝術片/獨立電影的平均比例約為 3.1%。

Disney+、HBO MAX 登陸韓國後調整策略因應、不利仍在發展中的本土平臺生存。再加上政策中涉及法規修訂、多項產業資訊數據庫的建置與訊息共享等應用，在後續逐步落實中難免持續面臨多方利益關係者溝通協商、資安隱憂的挑戰。

不過，全球數位化進程及疫情發生對韓國當前電影產業帶來的諸多影響，包含產業生態衝擊、政策措施多投入電影內容製作補助...等，也正是我國正在面臨並亟待解決的重要課題。因此藉由參考 KOFIC 公布的後疫情時代新電影政策方向，實有助於我國借鏡、依據在地社會脈絡調整改善相關產業舉措之參考。

參考文獻

1. 영화진흥위원회 포스트코로나정책추진 TF (2021.10) 포스트코로나 영화정책 2022.
2. 부산일보(2021.10.05). '영화=상영관' 틀 깨졌다, 영진위도 'OTT' 품는다.
<http://www.busan.com/view/bstoday/view.php?code=2021100519263786326>

二、【表演藝術】表演藝術數位轉向的消費參與體驗和虛實關係轉變

因應 COVID-19 疫情管制造成藝術活動中斷的期間，許多藝術家、藝術工作者和藝術機構轉向直播和數位播放，以求在沒有現場面對面觀眾的情況下，得以繼續展示藝術內容。而此現象實際上已經發生，2020 年至 2021 年間則是加速數位應用之趨勢。由於這種轉變伴隨著對「數位轉型」和「網路轉向」的大量討論，為了進一步了解轉向對消費參與的影響，本文彙整兩篇近期研究，分別為由澳洲藝術委員會 Australia Council for the Arts 和新加坡國家藝術委員會 the National Arts Council, Singapore 合作發表的「在真實生活中 - 描繪 21 世紀頭十年的數位文化參與 (In Real Life - Mapping digital cultural engagement in the first decades of the 21st century)」⁵，及由 Creative New Zealand 發表的研究「紐西蘭觀眾地圖 2020 (Audience Atlas Aotearoa 2020)」⁶，描繪表演藝術數位參與體驗的圖像。

(一) 數位參與的成長速度相對緩慢

隨著數位技術的發展，現在幾乎隨時可在網路上發現、聯繫、參與和創造藝術，COVID-19 疫情也催化表演藝術領域從事數位展演的可能性。而在 COVID-19 疫情爆發的一年後，似乎是時候檢視推動數位內容體驗的下一步。

首先，根據澳洲藝術委員會的 Audience Outlook Monitor 歷次報告顯示，在 2021 年 3 月疫情相對趨緩時，調查顯示數位參與正在減少，而親自出席的人數正在回升，而 2021 年 7 月因封鎖限制澳洲各地活動，44% 的觀眾表示將繼續在線上參與藝術活動。

然而，根據 Creative New Zealand 對紐西蘭人藝術參與的研究發現，儘管藝術組織近期製作了大量在線上展示的作品內容，甚至數位網路世界的主導地位在疫情期間日漸增強，但線上參與藝術目前仍屬小眾立基市場。在過去的 12 個月中，僅 18% 的人表示曾在網路上接觸過藝術文化。在那之前，大約只有 12%，雖顯示參與情形提升，但相較於藝術創作方的投入，整體成長速度緩慢。

當然，該報告也指出，假設數位參與文化的市場規模是健康的，潛在市場將是近期參與者的兩倍多。但眼前顯然有阻力需要克服，有 30% 的人表示對線上參與形式不感興趣，未來也不會考慮這樣做。此外，數位參與機會也存在不平等，由於社會經濟條件、地理位置、數位能力等因素的分布不均，對某些群體而言，線上參與藝術活動還存在其他障礙。

⁵ 於 2021 年 7 月發表，由澳大利亞藝術委員會和新加坡國家藝術委員會合作製作。取自：

<https://australiacouncil.gov.au/advocacy-and-research/in-real-life/>

⁶ 於 2021 年 5 月發表，主要調查期間為 2020 年 12 月至 2021 年 1 月。該報告詳細介紹紐西蘭人與藝術文化的關係。取自：

<https://www.creativenz.govt.nz/development-and-resources/research-and-reports/audience-atlas-2020>

從線上參與的影響因素來看，根據 Creative New Zealand 的調查顯示，年齡不是線上參與表演藝術的因素，所有年齡區段可能線上參與的平均比例差不多。整體而言，除了金錢因素外，主要影響線上參與的因素在於對藝術的在意程度。值得注意的是，在相對在意藝術活動的人當中，藝術參與的社交動機也是主導因素（60%），因此，確保藝術作品處於社交體驗的中心，提供「Social+」的體驗將是藝術團隊和機構尋求市場回報的競爭力所在。

整體來說，社群媒體已經成為觀眾掌握藝術活動資訊最常見的方式，在紐西蘭，Facebook 是了解最新動態最常見的來源（43%），也被認為是最具有影響力的（20%）。當然，儘管藝評人的口碑推薦仍很重要，僅次於 Facebook。由於數位媒體環境的多樣化，觀眾的注意力會分散在更廣泛的媒體和娛樂上，因此對表演藝術領域而言，社群媒體的作用是促進更年輕、更多樣化的參與。

（二）再思考表演藝術現場體驗的延伸

事實上，數位媒體發展對表演藝術的衝擊不是新聞，從錄音錄影技術開始，到廣播和電視等大眾媒體主流化，直至如今可用 XR 泛指的各類虛實混和技術，及網路媒體的興盛，似乎都對表演藝術產生影響。然而，根據澳洲藝術委員會於「在真實生活中 - 描繪 21 世紀頭十年的數位文化參與」報告中所述，儘管技術愈變愈複雜，這些所謂的數位替代品在過去十年間與表演藝術之間的對話並沒有太大變化，也未見真正的替代。

或許差別在於，過去所有數位技術的最大願望是試圖捕捉現場表演（無論戲劇或音樂），以期透過在螢幕上播放來盡可能複製觀眾體驗。經過時間證明，複製與現場表演效果相同的數位版本，恐為不可能甚至是不可取的做法，但數位形式在某些層面上可能帶來其他體驗優勢。例如，在觀眾參與度和互動性方面，數位直播因具有更高的社群互動性，比起單純的被動式觀看，可以以不同的方式吸引觀眾。此外，打破地域、空間、時間限制，增加可訪問性，也是明顯的優勢。

此外，該報告指出，參與表演藝術現場演出很重要的滿足來自「共時性 / 同時感」，包含與他人同時體驗藝術的感覺，同時，即時觀看的「現場感」體驗也很重要。但從研究發現，同時感可以透過直播技術完成，且現代觀眾（尤其是數位原住民世代）對現場感的理解，也逐漸不再仰賴「親自出席現場」，甚至認為透過數位平台獲得的效果更大。

隨著社群平台和行動技術的快速發展，人們可以創造性地參與，因而愈來愈難區分「藝術家」和「觀眾」的界線。從描繪參與圖像的角度而論，如此二元論的思惟，似乎將不再適合用於理解參與式媒體時代的文化參與

。數位環境形成了多條溝通路徑，對象包含與表演者、觀眾和其他參與者之間，此成為提供數位體驗的另一個特色。觀眾的期望正在發生變化，除了旁觀式的滿足，也期待能將自己融入故事、藝術品或藝術體驗中，成為一種更具創造性的詮釋形式。

更進一步來說，數位世界和真實世界已經開始以富有創造性的方式相互交織，區分線上和線下活動也愈來愈困難，許多藝術文化活動都同時兼有兩者元素，持續將兩者單獨討論，將愈來愈沒有意義。

(三) 結語 - 跨域形成表演藝術新面貌，重啟未來

澳洲與紐西蘭在國際間是 COVID-19 疫情相對控制得宜的國家，對於藝術展演與消費數位轉向能力的討論，對臺灣具有一定的參考意義。從近期發表的研究報告中，再次驗證疫情對民眾生活型態的影響程度，與數位化參與藝術活動的進程有相當的關聯性。

值得注意的是，COVID-19 疫情不僅衝擊了表演藝術產業，在某些層面更是突顯在疫情爆發前便存在的問題。以從藝術組織與會員之間的互動為例，根據 Creative New Zealand 對紐西蘭人的調查，早在疫情爆發之前，民眾對藝術組織會員的忠誠度便已逐年下滑，僅限會員的線上內容是最不吸引人的選擇之一，此作法僅對留住會員有效，但無益於增加新的客群。

當生活型態的轉變愈大，當人們愈來愈傾向於嘗試更多新事物，相較其他娛樂領域，表演藝術領域的應變能力相對薄弱。根據其他領域在疫情加速數位轉型的經驗，或許未來表演藝術領域將形成某種整合式的新服務，不僅是將戲劇、舞蹈、音樂、展覽變成線上內容，而是需要訴求新的藝術形式和體驗，透過更新鮮、靈活的服務方案和制度，來打開市場，才可能真正擴大收益和影響力，擺脫產業衝擊的問題。

整體而言，表演藝術面對的數位課題已不再是對演出形式替代性的討論，而是走向更具互動性、跨域連結的體驗。或許未來面對的新挑戰是，在主流消費形式的影響下，如何透過創意提供不同藝術體驗和服務方案，並且同時保有藝術性的價值，用更寬廣的想像力來形塑表演藝術的風貌。

近期可見紐西蘭的表演藝術圈試著提出從「復甦」走向「重啟未來」的概念，背後的期待是，假設「文化場所」沒落，如何在以售票表現來定義表演藝術市場價值之餘，能看見更多的選擇。換個角度思考，若某天疫情真正趨緩、生活「回歸常態」，表演藝術在數位轉型的方向和步調，或許又會出現不同的發展和論證，但無論前景如何，即刻起為未知的未來儲備更好的應變彈性，應為各地政府和藝術界共同奔赴的目標。

三、【文資】歐洲文化資產生態系統模型

由於過往文化資產領域缺乏相關統計資料，使得其經濟影響多難以被掌握，因此為增加歐洲各國對於文化資產的社會凝聚力之關注，於本年（2021）4月成立歐洲文化資產技藝聯盟（CHARTER），主要是藉此組織將釐清文化資產的定義，並進一步找出文化資產對社會與經濟的貢獻。

該組織於10月發布《A new landscape for heritage professions – preliminary findings》主要是針對文化資產的定義與功能做了新的定義，以便於未來進行相關統計。因此本期將針對此篇報告說明CHARTER提出的歐洲文化資產生態系統模型。

（一）歐洲對文化資產想法轉變

2021年7月聯合國教科文組織（UNESCO）世界遺產委員會決定，英國利物浦海事商城從世界遺產名錄上除名，主要係認為利物浦濱海區的開發項目，包括計劃中的新埃弗頓體育場等對利物浦造成過度開發，對歷史遺跡造成了嚴重損害，顯示這座歷史名城正面臨如何在保護文化資產與都市經濟發展之間找到平衡點。

因此，觀察歐洲各國對於文化資產看法，第一次的轉變發生在1970年代聯合國教科文組織的《保護世界文化和自然遺產公約》將文化資產轉化為文化資源，各國對於文化資產的態度從以保護轉變為以價值導向的重點。另一個變化在於1990年代，當永續性概念開始在文化資產之中使用，通常與永續發展結合運用，因此對於文化資產的想法，不再區分有形/無形遺產，而是將其視為一個整體。最終在2005年歐洲理事會《文化資產對社會的價值框架公約》（法魯公約），確定了文化資產的權利與責任。

歐洲理事會於2018年提出的《歐洲文化資產行動框架》於2019-2022年文化工作計劃中，將「文化資產永續」列為關鍵優先事項，說明保護、保存與維護、研究、教育活動和知識轉移、融資、參與式治理、當代詮釋都是落實全方面戰略的關鍵，且重點關注包含參與式治理、適應氣候變化、文化資產干預的品質原則、為文化資產提供替代基金、社會凝聚力、高品質建築與環境、公民權、價值觀與民主政治、歐洲國際文化關係。

從產業概念來看，對文化資產產業的論述離不開對整個文化產業的討論，自1990年代末以來，文化和創意產業（CCI）概念一直主導著相關論述，最常用的是Throsby提出的文化產業同心圓模式，2006年歐洲文化經濟研究以該模式為基礎，對其進行重新調整，以作為推估歐洲文化產業及其經濟影響的模式。

然此部分的文化產業多是由視覺藝術、表演藝術、文化資產、工藝、圖書出版、音樂、電影、電視和廣播以及多媒體...等多個業別組成，因此文化資產多被認為是具有次產業別的獨立業別，因此在相關部門的統計調查，如歐盟勞動力調查（EU LFS）、結構商用統計（SBS）和其他統計數據等，文化資產被正式視為存在的產業。

然而，此產業定義不僅限制了文化資產的概念，且傳統文化資產活動被簡化成產業的輔助角色，使文化資產的定義被狹隘化，並難以反映社會的轉變。因此，儘管歐洲各

國多認為文化資產對社會創新、發展、社會凝聚力、可持續性和個人福祉至關重要，但衡量文化資產對社會、經濟影響的定量方法仍然無法真實呈現其效益。

(一) 歐洲文化資產生態系統模型

面對，現有公部門的統計模型難以計算、衡量文化資產之經濟影響與社會效益，因此歐洲文化資產技藝聯盟 (CHARTER) 的首要任務是繪製並提出一個全面的模型，該模型定義了文化資產部門的廣度、動態和邊界，並結合現有的文化、統計、職業和經濟概念定義、政策原則進行了描述和框架，且該模型還須與文化資產是「共享資源與共同利益」的概念一致。

因此，CHARTER 以生態系統的概念提供了開發一個框架的可能性，該框架可以包含與實踐文化資產相關的所有活動，以開發了一個具有代表性的模型來表明生態系統的循環性。首先，模型係根據《文化資產對社會的價值框架公約》表達的文化資產概念出發，主要是包含認可、保存和修護與展示、使用等三個核心功能，定義如下：

- **認可**：係指透過解釋、敘述、識別和宣傳來認可文化資產的所有必要活動。這裡選擇的方法相當廣泛，包括社區、專家和機構的認可，以及它在保護它的法律和官方行為中對其官方保護的結果。
- **保存和修護**：為確保遺產長期保存而需要開展的眾多活動，包含修護、保存、調查等。
- **展示與使用**：透過必要的活動向大眾展示文化資產，使其提高大眾對其的認識等，例如學校計劃、交流、展覽、傳播，或透過協會的參與、文化資產知識的交流和傳播，也包括商業化形式與數位化策略。

另外，以 3 個領域為基礎，包含研究與開發/教育；治理和政策制定；管理被認為是此業別的系統性功能，定義如下：

- **治理 (參與式) 和政策制定**：在地方、區域、國家和國際層面上更廣泛的遺產政策領域中有關遺產的決策過程。包括每個國家的法律規範、有助於其定義和實施的機構。治理和政策制定是一系列實踐，產生了對公共層面文化資產存在和發展至關重要的工具。
- **研究與開發/教育**：從遺產的認可到其保護和提升的整個過程中的所有必要活動。教育是對獲得在該領域活動所需的技能與知識；研究與開發是針對識別遺產，找到保存和保護遺產的最佳工具。
- **管理**：與日常管理相關的所有活動，包括戰略規劃和組織發展，可以支持保護、開發，以向大眾開放遺產。

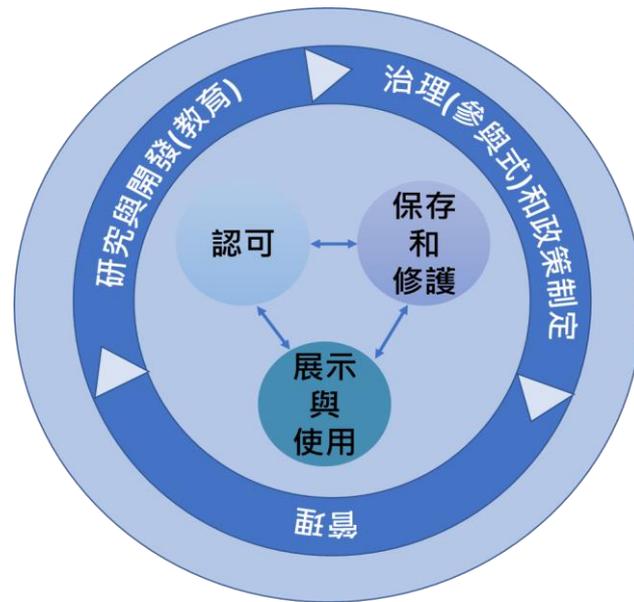


圖 1-1、初擬文化資產生態系統模型

資料來源：本研究繪製自 CHARTER (2021) · Report: A new landscape for heritage professions – preliminary findings

就模型而言，此模型本身是從文化資產傳統的功能進行呈現，但他沒有表現出人與文化資產之間的關聯，且未呈現出文化資產於社會中扮演的角色，因此，此模式目前較難呈現外在結構變化，對其影響。最後，則是因目前的模型呈現系以圓圈方式所呈現，但外圈中的箭頭似乎是定向的，且以線性呈現相互關聯，因此缺乏了外部環境與相關功能間的互動。

為此，再加入出席、參與、可持續性與創新等四個面向，以作為後續質化衡量指標，並參考 2019 年《Study of Heritage Houses for Europe》以 flower model 作呈現，讓各功能間彼此非線性而是動態關係，故從下圖模型觀察，作為最終提出之文化資產生態系統模型，描述了當今文化資產活動聚集成文化資產部門，且也表明所有功能之間的相互關係，以表達文化資產生態系統的動態關聯，並藉此實現文化資產作為可持續社會和經濟發展的驅動力的潛力。

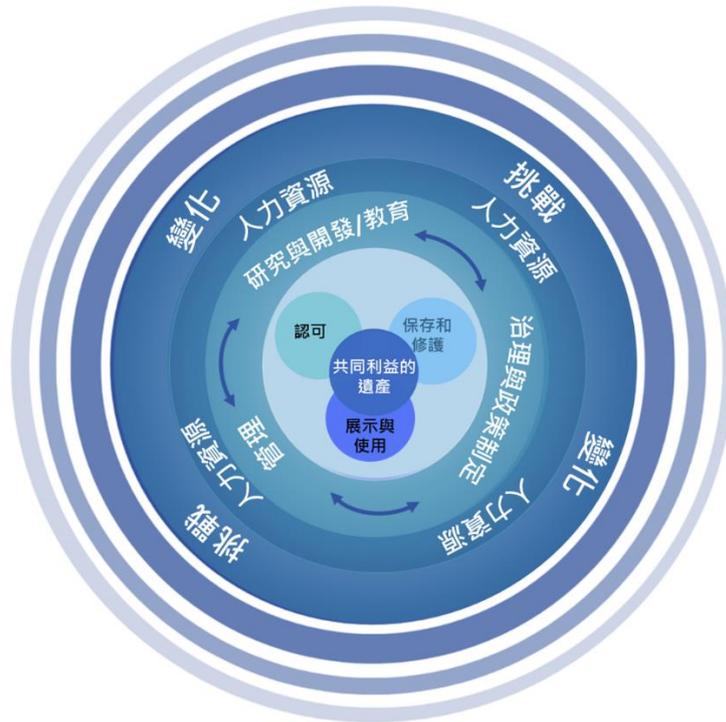


圖 1-2、最終文化資產生態系統模型

資料來源：本研究繪製自 CHARTER (2021) · Report: A new landscape for heritage professions – preliminary findings

(三) 結語

整體而言，過往對於文化資產領域的相關衡量模型多係從整體文化產業的角度進行思考，因此相關衡量指標較難反映出文化資產實際的經濟影響、社會效益，因此 CHARTER 文化資產生態系統模型，雖然未完全按照歐洲標準和職業分類進行討論，但是以現有對於文化產業的相關論述為基礎，並從文化資產的傳統功能為發展，並納入出席、參與、永續與創新等面向，作為生態系統模型規劃參考。因此，從 CHARTER 提出的文化資產生態系統模型，後續可以用於相關統計指標制定的框架，並將出席、參與、永續與創新作為質化評估指標，從而提高蒐集文化資產的數據蒐集準確性，以使文化資產生態發展得以更加清晰。

第貳部分、市場觀點

一、【電影】電影產業化發展的課題與未來契機：專訪彼此影業陳郁佳共同創辦人

近年國片內容類型越顯多元，除了浪漫愛情片之外出現更多探討性別、親情等多樣化的劇情內容，並運用新敘事角度引起觀者關注，逐漸提升國片在國內外市場的競爭力。2020年許承傑導演執導的劇情片《孤味》成功引起國人共鳴，上映期間票房超過新臺幣1.9億元，成為帶動國片在國內認知度的重要角色。

儘管2020年受全球COVID-19疫情影響外片上映，提高國片在放映廳數、播映天數的優勢，成為吸引消費者觀看國片的原因之一；但影響一部片收益好壞的關鍵因素，還包括我國產業拍攝環境持續地變革與開放、內容本身的市場吸引力，以及製作方如何在既有預算下維持藝術創作自由與收支平衡等，無法僅以單一影響因素簡略概括。故此，本期專訪《孤味》幕後推手——彼此影業陳郁佳共同創辦人，從其兼具跨領域財金專才、新生代電影製片身分對產業的趨勢觀察與理解，掌握當前我國電影產業變化、課題與新契機。

（一）我國電影產業變化與新世代機會

綜觀近年電影產業發展與越來越多新導演執導作品引發國人關注的現象，陳郁佳創辦人認為，全球化變革帶動科技技術進步以及人們對在地文化的認同，業界對原本非國內影視教育體系培育的跨域、海歸從業人員有更開放的合作意識，促使更多優秀人才得以發揮長處、製播受歡迎的影視作品，吸引更多觀眾願意進入電影院觀賞國片。

以產業面變化趨勢而言，線上串流影音平臺的蓬勃發展不僅改變消費者的影視內容消費習慣；其將作品一次上架的特性，也讓部分電視劇集從邊拍邊播的模式，轉為全部拍完才播映的模式，促使原有電影、電視劇集的拍攝工作流程趨於接近，有利於過去並非從事電影內容製作的導演參與製作，幫助更多有潛力的長片新導演投入電影產業。消費市場方面則隨全球化經濟發展至一定程度後，在近年頻繁變動的國際文化、政經情勢影響下，促使人們反過來思考在地化認同的重要性，並且更重視屬於個人成長土地的故事。正因如此，彼此影業在評估與導演合作的考量上，除了導演基本能力、是否可以良好溝通合作，以及如何提供導演或作品幫助之外；也相當重視故事內容是否具有吸引力、甚至足以引發多數人的情感共鳴。

與此同時，臺灣持續經營海外交流、累積國際合資合製經驗，電影產業對原本非國內影視教育體系培育的新興人才亦有更多包容性與合作意願，有助於更多新導演在業界資深前輩的合作及帶領下產出佳作。近年除了拍攝《孤味》的許承傑導演，2021年以《美國女孩》提名金馬獎的新導演阮鳳儀也是來自海外培育系統，為國內電影產業帶來更多相互交流進步的機會。

(二) 電影的產業化發展課題

1. 產業生態與行政機制建立的溝通與磨合

不過，融入多元影視訓練背景、跨領域專才的電影產業，近年正處於不同思維立場衝撞的磨合階段。舉例來說，彼此影業認為影視內容同時兼具作品與商品的角色，電影雖然是藝術創作的展現，但在同時作為商品的前提下，不能無限制地花費時間與金錢製作電影，而需要依循產業運作邏輯、在有限預算下完成。因此，彼此影業不僅在電影拍攝前期要求劇組各組別做好金流規劃，拍攝期間也透過引入定期掌握報帳核銷進度，讓電影拍攝製作順利在既有規劃中執行完畢。

陳創辦人指出，報銷制度在許多產業中都相當常見，但電影產業並不是所有從業人員都正視這項機制。以彼此影業採取的報銷制度而言，透過在拍攝期間針對有請款需求的組別如製片組、美術組跟造型組等，要求每週回帳 70%-80% 的支用發票報銷，可以讓電影拍攝製作、後製費等流向明確清楚，避免不必要支出的產生、良好控管拍攝規劃與預算使用進度。

然而與原有產業運作模式不同的報銷制度，在推動後也經歷一段互相適應期。陳創辦人透過實務經驗發現，其實工作人員並非不願意配合制度，惟受限於業界仍以本業工作表現作為評估準則，例如衡量一個美術人員是否足夠優秀，仍然是從其完成的作品判斷，而不會將前期金流規劃與實際報帳執行表現納入評估；造成各職務別的工作者比起做好行政流程、更重視完成本業工作。且由於國內製作規模較小，可分配劇組各職務別的工作時間有限，行政流程的優先順序勢必較低，因此需要經由持續溝通，才能取得彼此間可以接受、互相理解的平衡點。

2. 缺乏第三方工會角色保障勞資雙方權益

再者，當前電影產業環境課題也包含缺乏保障勞動權益、界定從業人員工作職能與合理薪酬的「工會」。亞洲國家受限於社會文史脈絡影響，各行各業都難以建立具第三方公信力的產業工會，不利於發揮推動勞資雙方溝通協商的工會力量。以勞動工時為例，如果沒有工會協助產業保障從業人員的勞動權益，各劇組實際投入拍攝期間是否超時，則僅能仰賴個別製作公司及導演間是否取得共識，而較難全面性地規範勞動超時問題。

另從資方需求來看，隨著跨領域、多元背景的投資製作方參與內容產業，在對臺灣影視生態與劇組工作模式理解有限的情況下，非常需要具公信力的工會協助瞭解產業運作流程、界定從業人員工作能力與合理薪資，以利評估簽約人員開價的合理性，盡可能降低製作方與團隊後續合作時、因認知落差產生的溝通與磨合。儘管現有工會尚未具有前述關鍵功能，陳創辦人仍期許未來產業界能更重視第三方工會角色的重要性，在保障勞資雙方權益的前提下推動產業進步。

(三) 「電影」產業化發展的進一步思考

除了前述產業現存課題，影響電影產業發展的關鍵命題還包含如何持續引入資金及支持優秀人才。由於我國電影產業規模有限，長期以來多仰賴文化部輔導金扶持，不僅

業外投資情形相對較小、近年金控業投資電影情形有所減少，也較難提供吸引支持產業運作的專業人才如財務、法務等投入產業的誘因。

在引入業外資金方面，具金融背景的陳創辦人解釋，專業投資人具備投資有賺有賠、高報酬伴隨高風險的認知；因此，讓專業投資方清楚掌握電影投資的風險與收益、產業金流以及收支情形等，更有助於提升投資意願。但由於電影產業過去針對影視投資失敗案例多歸因於行銷不力，反而較少深入分析、檢討影視投資失敗案例的原因，長期以來難免降低業外投資人的投資信心，不利於整體產業的製作規模發展。

而在吸引人才投入方面，也因為電影產業長期以來更重視藝術創作性，相對忽視和創意本身沒有直接相關的行政環節，故而較難理解行政流程對於產業運作的重要性，連帶降低於在行政流程中扮演重要角色的財務、法務等專業行政人員共同投入產業工作、支持產業化發展的意願。陳創辦人建議，若要透過學校教育體制輔助，或許可以同時並進，一方面提升影視專業人員對行政流程的認知與理解；另一方面則讓財會、法律等重要行政領域的新血了解電影產業、並進而對產業產生熱情，方能持續吸納各種專長的人才、讓電影產業發展壯大。

此外，陳創辦人也觀察當前年輕人越來越傾向經營個人媒體、往 YouTuber 發展，相對降低投入電影產業等內容幕前幕後工作意願的現象，認為近年臺灣的經濟發展與社會風氣開放，更多年輕人比起追求財富累積，更重視個人成長、未來職涯發展，以及保持工作與生活的平衡 (Work Life Balance)。一旦電影產業缺乏薪資方面的競爭力，勢必需要找到其他吸引誘因。

(四) 結語

綜合前述，我國電影產業在全球化趨勢影響下有亟待解決的產業課題、也有具思考性的發展契機與方向，關鍵在於持續性地進行溝通與互相理解，才能磨合不同立場的看法，共同助益產業進步。特別是電影產業需要正視原有產業規模有限的事實，朝擴大產業化發展方向調整產業各環節如產製、市場甚至人才培育方式，提升對於行政流程與支持性人才的重視。在此過程中，政府除了提供補助方案，也建議可以參考過去扶持科技業發展的成功模式，透過租稅減免等獎勵措施鼓勵業界投入，再交由市場機制運作，以幫助產業永續運作。

而隨著跨領域與海外影視體系培育的新世代人才參與進電影產業，如何促進多元觀點與不同看法交流對話，針對產業化目標整合業界長期經驗與新興策略優勢，找出產業化發展落差、將課題扭轉為機會，將會是產、官、學、研應共同合作的首要目標。

二、【表演藝術】順應 COVID-19 疫情加速數位發展，古典音樂演奏及教學的機遇與價值定位：專訪國立臺北藝術大學音樂學院蘇顯達院長

數位轉型發展對表演藝術環境的影響層面廣泛，COVID-19 疫情為表演藝術帶來很大的陣痛，基於市場機制、成本考量和實務需求，表演藝術界逐漸嘗試不同的可能性。因此，本期專訪國立臺北藝術大學音樂學院蘇顯達院長，站在演奏家和藝術教育者的角度，針對古典音樂環境發展前景分享其經驗和體悟。

（一）數位直播無法全然取代現場音樂會

蘇院長首先強調，順應數位發展的必然趨勢，為了拉近距離、講求速率，線上直播可能是某種步驟，但在表演藝術領域是無法取代現場表演的，在好的音樂廳裡直接聆聽古典音樂的感官享受是最好的，也是體現表演藝術價值的關鍵。因應疫情下的數位應用，終究是一種不得已的彌補或暫代。

如同用頂級音響聽古典音樂，是因為時間關係無法每場音樂會均親臨現場，而產生的替代性滿足，透過偶爾聽一下接近現場聆聽享受的音響所呈現的音樂來解渴，但這並非完全替代了現場演出。從小薰陶的人對音樂的敏感度已超出科學可以檢測的範圍，這也是現場聆聽古典音樂為何如此迷人的原因，哪怕家中有百萬音響、高級設備，都無法全然取代現場音樂會。

由於疫情，蘇院長在演奏生涯中首次經歷幾場直播音樂會，所有過程行禮如儀，只是台下沒有觀眾，他坦承對演奏家而言，那種感覺非常奇怪、稱不上愉快，主因是缺少了對象和回饋，便少了感官傳遞的情感流動。蘇院長借長年在台北愛樂電台主持節目的經驗舉例類比，人平常說話會有明確的對象，可以看到互動反應，但廣播的對象是未知的，且非雙向互動的，聽眾可能是不經意聽到的一般人，也可能包含內行人，因此起初非常不習慣。後來才逐漸知道如何設想聽眾，進而更加了解廣播節目的內容和進行方式有沒有站在聽眾的角度闡述。

不可諱言，透過廣播在觸及聽眾的效益是廣大的，同理，如今透過網路直播能聆聽的人數可能是幾十萬人。蘇院長提到正在舉辦回臺 35 年的巡迴獨奏會，其中一場演出有向文化部申請積極性藝文紓困補助計畫，採現場售票同步線上直播售票的模式，可知文化部鼓勵創新嘗試的背後是希望擴大聆聽效益，也期待看到後續結果。

蘇院長從另一個角度提點，相較於現場演出能聆聽的人數就是一個音樂廳可容納的觀眾總人數，媒體傳送對音樂藝術推廣或涵養的後續效應可能更大，然而在古典音樂的世界裡，不一定要四通八達才是好，音樂家往往更傾向對現場的少數人演奏，因為每一個片刻都是獨一無二的，這些片刻將透過紀錄成為歷史文獻上的經典，引發想像並累積更高的價值。

（二）古典音樂人才養成情境的挑戰與機會

使用視訊軟體教學在古典音樂界是相當痛苦的經驗，為了盡可能縮短與實際聲音的差距，國立臺北藝術大學音樂學院把握時機建置了新的視聽教室，運用 360 度環繞收音、去除雜訊的專業麥克風，盡可能打造接近現場聆聽的狀態。蘇院長表示，藉疫情衝擊之力帶動教學環境設備升級，讓聘請國際師資變成可能，例如旅居海外的小提琴家黃俊文自 110 學年度成為該校專任教師，在國內時密集授課，不在國內時採視訊教學。若非有了替代方案，依照國內的教育體制，無法長期待在臺灣恐難肩負專任教師的責任和規範。

此外，學校每學期會舉辦大師班，通常會搭著大師來臺演出的便車，請至學校進行實體教學，有些對象很可能終其一生都等不到契機，在建置視訊上課的模式後，大師人在國外也可以透過視訊進行大師班。蘇院長表示，在盡可能擬真的狀態下嘗試視訊教學，雖帶來新的考驗，卻也為教學情境提供更多選擇，這對藝術教學是很好的機會。

不過，蘇院長也提到，如果是入學考試、音樂比賽或遴選計畫，現場聆聽真實聲音仍有其必要，過程中可以因應疫苗接種率、疫情嚴重程度、國情等條件，搭配不同的替代方案。例如，文化部委託國立臺灣交響樂團辦理的國際音樂人才拔尖計畫，在疫情升溫的當下，前兩關都是用視訊評審，到決選時因疫情趨緩方恢復實體聆聽。又如，蕭邦國際鋼琴大賽等國際音樂比賽，參賽者仍需到現場演奏，差別是沒有觀眾在場，且裁判距離較遠。

蘇院長認為，用開闊的心胸面對各式各樣的挑戰，終將從中找到有別於過去的成效。未來如何長久運作尚未可知，效果亦有待時間驗證。

（三）在數位環境中回歸本質，累積品牌印象和藝術價值

蘇院長談到社群環境的影響，無論是 podcast、Instagram、Facebook、YouTube，網路社群是年輕人擅長運用的行銷方式，其效益可能不是用金錢衡量，所獲得的聲量、關注度也可能創造新的可能性，甚至產生新興行業，例如出生古典音樂圈、經營「笑哈哈 LOL」頻道的江老師和 Eric，隨著閱聽群眾的累積，已然走向另一種職業別。

但數位發展是把雙面刃，在資訊爆炸的年代，年輕學子專業判斷能力或經驗難免不足，蘇院長常用邯鄲學步告誡學生，忘本的結果將是迷失自己。我們能數位優勢縮短吸收知識的時間，但也要有足夠的智慧去判斷，才能讓原本的專業更加茁壯，否則很容易走得不夠踏實，或是一味追求速度，一旦失去大家的認同便會被淘汰。蘇院長提醒，身處資訊快速流竄的世界，庸庸碌碌的生活容易使人窮忙，因此總要找到一個角落，想辦法讓自己沉澱，若常有自我省思的機會，做任何事都可以逐步累積出令人滿意的成果。

藝術需要一點一滴耕耘，走到某種境界便要建立品牌，運用足夠的知識和涵養，塑造出個人的品味，才能形塑藝術上的權威。蘇院長常勉勵學生，聽眾對演奏家的印象和感受是非常長遠的，其口碑效應會經由口耳相傳不斷加乘、發酵，因此重點不在舉辦多少場音樂會，而是每一場音樂會是否都用最嚴謹的態度準備，在當下完美發揮。唯有戰戰兢兢將每一場音樂會都視為當成最後一場全心投入，才有可能累積評價、建立品牌印象。需謹記，聽眾的耳朵是無法用金錢收買的。

數位環境發展為表演藝術帶來不同的樣貌和效應，包含在藝術市場和教學的直播應用，和社群媒體衍生效應，以及近年陸續被關注討論的 AI 應用、5G 應用等等，蘇院長形容那就像大樹分散出來的枝，無論如何枝繁葉茂，終究不會取代樹幹，面對各式各樣的發展都要回歸音樂的本質，便不會撼動藝術本身的價值。

三、【文資】民間力量投入老屋修繕保存在地文化：專訪台灣小鎮文化協會許書基理事長

近年我國文化資產、老屋保存的議題逐漸受到注目，但文資保存的爭議事件仍在各地持續發生，對於商業開發與文化、歷史保存之間的優先順序拉扯持續，而為避免被認定為文資的所有者將建築樣貌破壞至難以復原的案例也屢見不鮮。因此，本期邀請長年投入鹿港老屋改造與保存行列的台灣小鎮文化協會許書基理事長，分享近年推動老屋修繕經驗與面臨困難之處。

（一）雙軌並行進行老屋修繕

台灣早期發展所謂「一府二鹿三艋舺」，「鹿」就是彰化鹿港，曾是台灣的第二大城，在清代開放為貿易港後，泉州街港口聚落已然成形，因此是全台遺存最完整的清代街區，建築型態多以漳、泉等閩南式建築為主。然隨著政治中心移轉，人口外移，鹿港當地迅速的沒落。

許理事長回到家鄉鹿港，於 2017 年成立台灣小鎮文化協會，希望能找到家鄉文化的根。根據調查發現，鹿港老街區共 4,695 棟老屋，空屋率達 10%，且九成是清代老屋。2012 鹿港辦理台灣燈會，雖對當地帶來許多觀光效益，但對老屋保存產生很大衝擊，由於吸引外地人到當地投資、開店，使短短時間內就拆了數棟老屋。

對理事長而言，鹿港的老屋保存是非常急迫性的事，以避免屬於鹿港文化的根被拆除。因此透過與屋主合作的方式，將老屋進行修繕，再作為其他商業運用，例如將原為陪酒場所的阿公店改造成茶館；原為當年貿易商的商號的屋子改建成適合包棟的民宿；與屋主合作以修代租的方式，將修建為背包客棧。

2015 年，許理事長成立小鎮文化資產管理公司，以協會和公司雙軌並行的方式，協會和公司分別與公部門、民間洽談，修繕鹿港老屋，並與返鄉年輕合作，讓他們運用修繕後地老屋空間。

另外，許理事長也分享，近年雖然文化資產保存在國內逐漸受到重視，但因法規及公部門行政程序與審計規範，影響所有權人參與意願。加上因修繕的相關費用多由公部門負責，使後續的使用發展也難以所有權人的意願為優先。因此目前文資法登錄古蹟修復時間冗長，平均每 2 年才能完成一件修繕，相對慢於協會進程，據許理事長表示，截至目前在 8 年內，已完成 42 棟老屋修繕。

雖然近年文化部推出相關獎勵機制，但此部分仍偏向文資保存的概念，審核相對嚴格，且所有權人難以掌握控制權，因而較難吸引個人、民間單位進行申請。

（二）面臨所有權複雜與法規不適用

根據許理事長分享，老屋修繕最常面臨建築產權不清、所有權者認為老屋效益不高等問題。首先產權部分，老屋產權分散，每個人持分比例少，故會先進行所有權者內部

產權整合，再委由特定聯繫者與協會合作，針對修繕費用進行討論，包含協會投資名義出資或協助申請公部門資源等，待修繕完成後協會取得老屋特定年限的使用權，但不涉及老屋所有權。以目前修繕完成的 42 棟老屋之中，協會取得 17 棟授權，其中有部分是給彰化縣文化局進行使用。

除產權與效益的問題之外，老屋修繕也面臨到與現有法規不符之處，以目前老屋修繕為例，若未涉及結構改變則可不適用《建築法》，且因多數老屋非公共場所因此可不申請《建築物室內裝修管理辦法》。不過若從建築使用行為來看，《建築法》第 73 條有限制使用行為，但老屋因多為百年老宅，相關規範難以符合老屋的使用行為。另外，消防法規也因老屋的建材、構造與現代建築不同，而難以符合規範，因此讓老屋符合公安的前提下，或許可以給予部分鬆綁。

(三) 結語

整體而言，許理事長提到老屋修繕並非修好就可以，而是如何帶民眾看見其價值、了解過程中的困難，因此協會透過與返鄉青年合作，從在地需求出發，將需求帶入老屋空間，解決在地問題，讓老屋與地方有所連結，才能讓老屋真正成為鹿港在地文化。

第參部分、專家論壇

台灣音樂劇的過去、現在與未來？ / 張仰瑄專技助理教授

【作者簡介】

作者在台灣從事劇場演出、編導、教學相關工作 17 年，因為工作也因為愛好，其中尤其關注音樂劇這個劇種在國際上及在台灣的發展。目前為國立台灣師範大學表演藝術研究所專技助理教授，主要教授音樂劇表演。

音樂劇 (Musical) 劇種源於美國百老匯，百年來一般認知以通俗起家、商業掛帥，因此紐約百老匯及倫敦西區等全球知名劇場集散地，「音樂劇」都是最具觀光商業潛力的劇種，也是最能外銷賣相極好的產品。回看亞洲地區的音樂劇發展，鄰近台灣的日本和韓國約莫都在 1980 年代在政府的輔助和民間的自助下開啟了百老匯音樂劇的輸入與譯配，時至今日已經擁有多個音樂劇製作公司、劇院，普遍國民都有欣賞音樂劇的日常習慣。開始發展音樂劇時間點與日韓差不多的台灣，一般公認是 1987 年由新象製作的《棋王》，三十多年過去，音樂劇在台灣有了自己的表演藝術分類，不論劇團、樂團、藝術經紀公司、唱片公司都紛紛推出音樂劇作品，然而音樂劇有沒有機會如同國外一般的形成一種商業風潮和產業型態呢？接下來就從這幾十年來的台灣音樂劇發展脈絡談起，試著討論這條音樂劇產業化過程所需的契機。

一、台灣音樂劇發展演進

(一) 草創期

自《棋王》之後至千禧年期間的台灣音樂劇大致上由兩個主要的劇團製作，一是由羅北安老師主導的「綠光劇團」，以及以梁志民老師為首的「果陀劇場」，綠光 1993 年製作的《領帶與高跟鞋》和果陀 1995 年製作的《大鼻子情聖西哈諾》，在當年都是當年完整度極高的音樂劇作品，自此之後果陀更是每年推出一部音樂劇作品，除了多元的題材之外，還嘗試與多位流行樂界的作曲及歌手合作，不論在藝術還是商業層面都創造了極高的肯定。

(二) 大型音樂劇百花齊放期

2000 年後進入台灣大型音樂劇的百花齊放時期，不論是原創音樂劇還是由藝術經紀公司引進的國外音樂劇都不在少數，製作人們願意投入更多的成本去嘗試，以戲劇和音樂出身的團體開始製作導向和風格不同的音樂劇，也是「音樂劇」這個名詞也有更多機會在台灣觀眾眼裡更清晰的機會。但一路自行摸索的製作與行銷過程，缺乏對西方音樂劇產業的借鏡和觀察，讓大型音樂劇在支出與收入之間失去平衡，專業上則是對音樂劇的觀念各據山頭，嘗試互相交流與融合卻產生許多分歧。

(三) 中小型音樂劇蓬勃發展期

承襲著上一個時期的虧損，劇團轉向製作中小型音樂劇，甚至是不受場地限制的讓音樂劇發生在咖啡廳、書店或公寓房間等場域。其中應以中正文化中心首次自製的原創音樂劇《天堂邊緣》(2004)為起點，僅在國家實驗劇場演出，但王友輝吸引人的故事和冉天豪好聽的音樂創造了好口碑，讓從業者與觀眾發現了小型音樂劇的潛力，此型態後的數年間冒出了許多像是「嵐創作體」、「躍演劇團」(現「躍演劇團」)、「刺點創作工坊」等專門製作音樂劇的小劇團，也讓原創題材與發展產生出更多可能性；另外，自紐約學習音樂劇相關的年輕創作者如謝淑文、曾慧誠等歸國，開始在帶入百老匯的訓練方式及創作觀念，也因為開始有這樣的師資，大學以上的藝術相關科系開設了音樂劇相關課程，學校也加入了製作音樂劇的行列

2010 年代後迄今的台灣音樂劇逐漸長出自己的樣貌，每個團隊都有自己的作品特色，例如：「躍演劇團」曾慧誠的西學中用、「刺點創作工坊」由以喜劇節奏擅長的高天恆領軍、作曲家王希文所成立的「瘋戲樂工作室」以扎實的西方音樂劇創作格式為底不斷在題材更新與敘事觀點上求突破、2015 年由作曲家張芯慈創立的「C Musical」更是走韓式音樂劇清新浪漫風，同時拉起了一條與韓國音樂劇圈的連線；以上列舉部份劇團，此時期已經是色彩繽紛且準備各種噴發創意與才華的時期，但綜合以上不難看出在台灣劇二十多年後，大多數製作還是以劇團甚至是以個人為出發，甚至絕大多數都是藝術家領軍，長期校長兼撞鐘的行政模式使人疲倦，而且除了僧多粥少的政府藝文補助和票房外，仍不見「音樂劇產業化」的蹤跡。

(四) 多元發展期

近幾年，引進台灣的外來音樂劇中，百老匯音樂劇在世界的音樂劇不再獨大，以塑造明星及流行單曲為主的歐洲音樂劇風行，亞洲地區韓國音樂劇風潮崛起，而台灣本土的唱片公司也開始加入音樂劇市場，「音樂劇」這個劇種在台灣的人氣有了明顯的拉抬，雖然音樂劇欣賞美學上產生了多元的分歧，但製造出更多關心「音樂劇」的觀眾和投資方似乎是一件好事。音樂劇的製作方開始出現「製作公司」而不在僅僅是非營利的劇團，朝著能明確將藝術創作與行政行銷分流的方向前，其中「天作之合劇場」就是其中的代表，以商業劇場為目標，不拿補助，票價沒有折扣，有自己的售票系統，自成一格的不仅是作品，還有商業操作上的自給自足；而行之有年的「udn 聯合文創」也開始從早年純粹「引進」作品，加入「投資」作品；政府機關在這幾年對於音樂劇更是明顯的多了關注，台北表演藝術中心持續執行音樂劇人才培育及作品孵化數年；台中歌劇院每年夏天企劃音樂劇節，引進不同主題或國家的音樂劇，同時搭配推廣教育和作品扶植，以上皆培養出不少新興的音樂劇表演者和創作者；另外新北市文化局舉辦的《新北音樂劇節》、台北市的《大城小事音樂劇節》、廣藝基金會企劃執行的系列音樂劇節和論壇、音樂劇創作比賽及講座等。就是「最近這幾年」，音樂劇似乎成為表演藝術中一種很「潮」的劇種，除了能博得更多觀眾的眼光外，「音樂劇」似乎真的有更好的「錢」景。

二、台灣音樂劇的未來

以短短的歷史發展軌跡看來，台灣音樂劇發展似乎正持續而穩定的進行中，而且關注與加入的人和資源都有成長，看似需要的條件都有眉目了，若要走向產業化，還欠缺什麼呢？產業化必須具有一定規模的組織與經營，然後讓它走向有需求、有系統、穩定質量的發展，但其中光是「規模」二字就足以疑義，以下分為市場面、政策面及教育面論述。

根據兩廳院 2018 年的觀察統計報告，音樂劇類節目售票大好，前景一片光明，隔年音樂劇製作數量大增，讓更多劇團和公司投入音樂劇的製作，但實際上國人觀賞劇場演出的習慣單一，國人年平均花費在藝文觀看的金額只有不到五十元，從以上資訊都可看出，藝文節目觀賞其實集中在少數觀眾身上，喜愛音樂劇的觀眾更是重複再重複的集中在某一特定族群，「市場規模」仍舊太小，要如何拓展更多新的觀眾，這是很重要的一題。且音樂劇演出數量連年攀升，但質量卻參差不一，除了製作成本上的差異，創作者及觀眾對音樂劇的認知觀念及水平還有很大的浮動空間，於是乎可以歸結「規模」化中的有系統與穩定質量發展也是課題。

站在投資方的立場來看，一齣戲的經營必須以短程至少三到五年為計畫，讓作品有成長與修改的空間，想辦法讓作品一演再演，才有逐漸從虧損走向收益的可能，但台灣的表演場館不論在數量或是制度上都是不利商業發展，也有像樂悠悠之口製作的影集式音樂劇《鬼歸代言人》一樣在自有私人場地，方便安排檔期且能夠長時間連續演出，但一場完售也只能 60 人的規模，如何走向更長遠的下一步，直得討論及關注。

就政策面來討論，可以借鏡韓國音樂劇發展，雖發展的一開始亦是仰賴國外版權劇的拉抬，短短幾年間累積起來的觀眾與收益讓商人與政府都正視了音樂劇的發展潛力，接下來除了製作公司及財團之外，韓國政府開始協助送音樂劇人才至海外取經，推動本土原創音樂劇的養成與孵育，並於 2002 年後成立音樂劇專門系所，迄今已有 20 多所音樂劇相關科系，至 2012 年韓國觀光發布「支援原創音樂劇事業計畫」補助新作品製作，2014 年制定的文創產業政策中，音樂劇也列為發展重點之一，2015 年文化內容振興院開始協助韓國原創音樂劇的海外市場拓展。

反觀台灣高喊支持文創多年，卻有諸多補助上的灰色地帶，主因應仍是在對「音樂劇」更內在深入的認知上了解不足，音樂劇比一般藝術展演需要更多的成本，牽涉的支出與人事都更加複雜，在市場定位上，音樂劇的目標觀眾應是一般大眾，不是為了製造曲高和寡的藝術品，而是能讓更多人願意走進劇場的一種「流行」。要製造更多的市場可能，除了一般藝文補助外，音樂劇更需要以專項的計畫進行，從場館到行銷，都必須走有別於一般藝文演出的路線，多數觀眾並非對音樂劇沒有興趣，問題出在不知道有演出，所以除了製作成本需要更高支持外，宣傳和行銷更要從表演藝術的小眾市眼光擴及到大眾流行的區塊，同質性相較於電影，受眾人數明顯有落差，所以需要展演場地的長期檔期規劃，讓演出持續發生，讓沒有機會看演出的觀眾輕鬆獲取演出資訊，並能清楚明瞭找到能去哪裡看？有哪些選擇？接著協助孵化更多成熟的作品和創作者，提升整體質量，把觀眾留在劇場，讓效益能持續發酵。民間的理解與投資注入更是重要，但多屬

於觀望階段，早期永齡基金會投資音樂劇《四月望雨》，近幾年聯合文創的音樂劇投資計畫，更有廣達集團廣藝基金會長期對音樂劇的紀錄和補助，但這些遠遠離「產業化」需要的量尚有一段距離，台灣音樂劇需要更多元的產業資源與合作可能，例如：IP 的授權與重製、跨界觀眾的流動、外銷版權的可能等。

最後談到的教育則是筆者認為目前最迫切需要執行的一項，現行已有的音樂劇教學不論官方或民間都偏重表演的培訓，近年開始積極孵育音樂劇劇本與音樂的創作人才，數年下來成效算是明顯，但有人有作品之後，真的有這麼多製作方和場館可以負荷嗎？這些被製造出來的創作需要如何被搬演、長銷抑或成為經典，將會是未來重要的課題。另外延伸出：我們到底需不需要音樂劇專業科系？專業想成需要時間累積，看似在正規教育體系下經費與時間的規劃，都是對音樂劇專業人才養成是最好的，但除了請外師一途之外，本土師資及制度規劃上是否都夠成熟了？演員及創作者的專業在這狹小的市場上是否有用武之地？也許現行短打類型的工作坊模式還是一個最合適的方法，但站在往產業化發展的方向去，向下扎根，眼光放遠的音樂劇教育規劃迫在眉梢！

要關注的不只是音樂劇人才，更需要養出更多的音樂劇觀眾。在紐約的劇場裡看得到許多兒童觀眾來看戲，你在地鐵上會聽到孩子唱音樂劇裡的歌曲，對他們來說音樂劇是一種習慣，懂得欣賞它，習慣生活裡有它，音樂劇不是一種強迫教育，而是自然而然的發生在各種生活的環境裡與節慶中。台灣的教育習慣以考試或是競賽來鼓勵孩子學習，於是搭著音樂劇這幾年的風潮，課本裡談論了音樂劇，少數學校有了音樂劇專案的教學計畫或是競賽，但老師們除了教育部公訂的資料外，要能找到合法的資源其實很辛苦，每年還要帶課程與比賽，在對音樂劇製作或創作沒有近一步了解的狀況下，其實也會產生反效果，由衷希望音樂劇教育能歸納出一套「推廣型」的計畫，完整音樂劇教學教材，扎根音樂劇教學系統與師資，更需要的是希望有更多機會直接帶孩子走進劇場，那種衝擊和感受一定是最深的，建立音樂劇習慣與音樂劇美學。

觀察日本韓國及近年的中國大陸，幾乎都是現從國外版權劇來養成觀眾，在穩固一定市場後，才是發展原創及扶植原創作品，台灣似乎是跳過了這個階段，除了世界知名的幾個美國及歐洲音樂劇年年輪流上演外，幾乎都是原創音樂劇，且兩者間也不見延續效應，曾發生在台灣高科技業的「微笑曲線」似乎也沒有在此發生。舊有觀眾在找消費與觀看上的平衡期待著更高的質量與刺激，新觀眾來來去去的觀望著作品也觀望著駐足的必要，未知的觀眾們遊走在所有娛樂產業中等待音樂劇閃懂一絲吸引人的光芒，台灣音樂劇需要被整理，被以更容易閱聽的型態出現，達到百老匯或是東方百老匯的成果絕對不是我們的目標，走自己的路，在蕞爾小國上借鏡他國經驗，總結以下幾點建議：

1. 用開放的思考與心胸去創造台灣的音樂劇作品
2. 創造質與量並進的音樂劇品牌
3. 加強音樂劇教育推廣及人才分級分階段的培訓
4. 尋找有限市場的可能性吸引投資
5. 挑選合適行銷海外的作品外銷國際

台灣音樂劇需要政府，需要民間，也需要每一個人，唯有讓以上條件都並進發展成熟後，我們才能相輔相成的來創造屬於台灣的音樂劇產業。

參考資料

1. 風傳媒，<https://www.storm.mg/article/2706769?page=3>。
2. 高竹嵐部落格，<https://chulankao.blogspot.com/2020/03/blog-post.html>。
3. 臺中歌劇院音樂劇論壇，
<https://www.npac-ntt.org/disUploadBox/PJ-/Ckeditor/20200219193042283.pdf>。
4. 鏡週刊，<https://www.mirrormedia.mg/story/20180726insight002/>。
5. 天下雜誌，<https://www.cw.com.tw/article/5095960?template=fashion>。

第肆部分、國家專題

日本電影動畫產業推廣國際共同製作事業

一、日本電影動畫產業推廣海外發展之背景

據 2018 年簽署中日協定之後，為更進一步推動國際共同製作，並考慮簽署下一個協議，對各國、各區域作品及國際共同製作作品的支持或優惠措施進行調查，並成立由業界人士及專家組成的審查委員會進行了三次檢討委員會。其中電影產業及動畫產業製作過程中遇到的問題可能不盡相同，故日本政府分別邀請了電影、動畫業者及專家針對目前日本該產業現況提出檢討課題及調整方針，為日本電影及動畫產業帶來更完整的環境。

二、電影產業課題及檢討方向

(一) 擴展海外市場

1. 課題

(1) 活用日中協議

日中雙方對於作品要求差異大，兩國所熱播的電影類型不同，難以在之間取得平衡、中國官方審查嚴格，可能存在著毫無理由就被臨時取消上映的風險及日中雙方對於預算有極大差距。

(2) 簽署更進一步的國際共同製作協議

面臨即使簽訂協議，日本能提供的資源並不多、國際共同製作成本高且收益小較難參與合作，且有些補助金在無協議狀況下可能無法獲得。

(3) 資金籌措

製作委員會較難接受海外投資且利益容易分配不均、對投資者來說好處較少、日本方面無法提供誘因（主要為無法提供稅制優惠）。

(4) 擴大海外市場

日本人口逐漸減少，國內市場也正在萎縮。且也尚未培養出新市場。

(5) IP 海外擴展

日本電影產業現狀為改編原創電影且仍以日本國內市場為主、無法有效的在海外發展 IP 授權及在推動全球 IP 授權方面根據公司會有所差距。

2. 檢討方向

- (1) 日本政府應更改日中協議解釋，並協商附加條款。
- (2) 推動締結協議，以便支援國內外系統（如法國是對電影製作產業最為支持的國家，若能和法國締結共同製作協定的話，以法國為中心可能就有機會與其他歐美國家進行合作）及擴大支援政策。
- (3) 擴大製作委員以外的資金籌措計畫，創造一個有利於投資的環境（如加強風險管理、充實保險實現完全保障）及考慮對投資者給予優惠措施（日本的現狀為投資加速折舊及稅制優惠待遇，若考慮能提供給海外投資者，日本電影產業投資環境將更加完善）。
- (4) 創造機會讓世界看到日本。加強電影節的評價及電影在海外發行力道（如在臺灣藝術類型的電影也會上映，日本可將此做為賣點）及著眼於中長期海外市场，並以此為目標（如印尼等東南亞國家）。
- (5) 利用現有的 IP 進行共同製作、積極參與海外電影節及商業洽談及積極推銷電影內容並支援全球企劃。

（二）人才培育

1. 課題

(1) 新人養成

新人因沒有場合發揮才能、涉足電影產業的新人正在減少。能夠對應國際共同製作的人才並不多，加上產業自由從業人員較多，很難將資深從業人員的知識及技術傳承給年輕人。

(2) 製作經營管理

各個公司預算控制管理方法不一，偏離全球國際標準（如日本與美國電影製作預算方法不同）、海外合作對象存在個人合約以及使用 Movie Magic Budgeting and Scheduling 軟體。

3. 檢討方向

- (1) 為解決上述課題日本政府應致力於新人養成及累積海外派遣經驗（如若製作人沒有掌握一定程度的語言能力，電影產業的國際共同製作進展會較困難）
- (2) 創造能讓新人獲得實踐經驗的環境及建立可以互動及分享知識的場所。
- (3) 應多推廣與海外共同製作所需學習的知識及軟體應用程式及透過國際共同製作理解全球國際標準。

（三）擴充環境設備

1. 課題

(1) 現場環境

目前日本製作及攝影現場較嚴格，假期少，且管理體系薄弱，金錢和時間的思維是模稜兩可的，偏離全球國際標準。外籍員工偏少，且目前也沒有雇用外籍員工的準備。

(2) 拍攝及驗收體制

日本拍攝規定嚴格，較難獲得拍攝許可，需花費大量時間、各行政機關缺乏合作，無法一次完成申請手續、外籍工作人員獲取簽證較麻煩（如日本入國管理法規定長期滯留在日本的外國人必須在區公所登錄住所地址，但外籍員工長期住飯店且拍攝完之後立即回國，可能較難申請到簽證）。

(3) 充實支援系統及其細分化

目前日本電影產業沒有符合國際共同製作行程的制度設計且由於作品的規模及性質關係沒有系統化的支援。

(4) 防止 COVID-19 感染對策

目前針對 COVID-19 感染補償費用較少、防疫標準及意識根據合作對象會有所不同、國際共同製作作品需要相較於日本國內作品需要有更長期的支援及更靈活的對策。

4. 檢討方向

- (1) 制定規則以改善拍攝環境、強化雇用外籍員工的制度及推廣與海外共同製作所需學習的知識及軟體應用程式。
- (2) 加強各地方行政機關之間的合作及單獨制定國際共同合作作品之規定，以幫助外籍員工簡化簽證取得程序。
- (3) 建立一站式的窗口方便應對支援、並擴充電影之外的支援對象如電視、發行，且未來影視娛樂不限於電影片。
- (4) 針對疫情部分需統一 COVID-19 感染方針及對策，並定期更新、針對國際共同製作作品採取特殊措施及擴充支援體系。

三、動畫產業課題及檢討方向

(一) 擴展海外市場

1. 課題

(1) 活用日中協議

中國市場主要是以兒童動畫為主，但日本兒童動畫因法規無法放映或播放，影響合製的效益；中國預算規模逼近好萊塢，日本無法承擔協議規定的 20%；中國官方審查嚴格，存在著較高風險（如最後無法拿到中國政府的上映許可）。

(2) 簽署更進一步的國際共同製作協議

與電影產業面臨相同課題，日本沒有配額或審查制度，能提供的激勵措施太少；如果聯合製作的內容範圍更靈活多員則較容易合作（如前期聯合製作、後期完全在日本完成）。

(3) 面對發行商

日本動畫業者未能與主要的海外經銷商簽訂適當的合約；議價能力差，無法提升海外市場的長期利潤。

(4) 投資多元化

日本製作委員會較會應對大型 IP；日本金融法規對電影投資設定了上限，獲得純投資的自由度小；日本目前國際合拍補助援助小，補貼大的國家之間會出現投資不平衡。

(5) 海外擴展

日本動畫製作體系不足以應付海外市場需求（日本的優勢在於只能在日本本土製作）且無法充分發揮作為全球動畫先驅的潛力。

2. 檢討方向

(1) 更改協議解釋並協商追加條款

(2) 根據製作期較長的動畫進行制度設計及進一步擴大支援電視及影音平臺的作品。

(3) 推動締結合約，以便支援國內外系統及擴大支持政策。

(4) 創建合約條件等的知識共享或資訊交換場所及制定指導方針，並在業界全體共享基礎知識。包括製作委員會在內，謀求多元化的投資，如招商、簽約、補貼等方式確保有製作資金。

(5) 積極活用與海外發展相關的公共支援及創建合約條件等知識、資訊可共享或交換場所等。

(二) 人才培育

1. 課題

(1) 新人養成

和電影產業面臨課題相同年輕人才正在減少，且尚未有解決辦法、具有一定水準的高級動畫製作師數量不多、日本國內負責動畫及後期製作的人才正在減少，形成依賴海外製作形式及與遊戲業界相比，收益回收能力較弱，難以確保優秀人才。

(2) 國際人才

所面臨問題為沒有充分了解國內外市場及有經驗的國際人才，國際共同製作最重要的為製作人，若不培養國際製作人將難以進入國際市場。除了日本國內作品之外，尚未有考量到海外市場的餘地、雖然日本目前留學生增加，但簽證等問題使得留學生在日本國內較難就業。

2. 檢討方向

- (1) 與電影產業類似致力於新人養成、透過業界橫向合作來強化人才培育、為了降低新人的經濟負擔，日本政府應擴充公共支援及整頓年輕人可長期且舒適的工作環境。
- (2) 透過與海外人才交流去了解他國製作環境及建立共享海外情報及經驗等場所。

(三) 擴充環境設備

1. 課題

(1) 數位化、遠端化

日本與美國等國家相比，製作工程的數位化發展延滯，且雖然正轉型為數位化，但對於資深從業人員來說仍是較困難的；2D 為日本獨有手法，3D 技術則是海外較精通、一人動畫師較難看見其作品的進展。

(2) 著作權

沒有著作權的公司容易缺乏海外長期收益性；製作委員會以轉讓的形式簽訂合約，收益系統不會返還給製作方；製作委員會系統較難以接受海外投資。

(3) 支援體制

實施新措施時，公司內部沒有協調體制及可提供諮詢的地方、即使想探討國家支援，也沒有方法及時間獲取新情報、現有的支援制度較難適用於企劃作品。

2. 檢討方向

- (1) 推動製作過程數位化，並引進管理系統及促進數位軟體的活用。
- (2) 建立完整法務及稅務諮詢體系、包括製作委員會在內，謀求多元化的投資，如招商、簽約、補貼等方式確保有製作資金。
- (3) 定期發布有關支援制度的相關資訊、進一步擴充電視及影音平臺的支援。

- (4) 根據製作期較長的動畫改進單年度的支援制度。

四、結語

在拓展海外市場上，簽訂聯合製作協議是一條捷徑，但是簽訂協議只是國際合製的開端，從日本對於檢視電影、動畫產業國際合製的課題可以觀察到，電影及動畫產業共同面臨的問題為該如何進一步拓展海外市場、業界皆缺乏新人及國際人才、國際共同製作成本高、收益不明確、難以吸引投資，以及日本目前能給予海外的資源不多，國內外對於預算、規劃等基礎運作生態的不同等課題，相關的檢討方向有許多也是我國所面臨的課題，可以作為國內發展國際合製的策略方向參考。尤其是我國在前期規劃與電影預算管理制度的不足，相關製片人才更是缺乏，以及國內是否能夠提出足夠的回饋誘因機制，無論是國際合製或國內產製，應儘速建立與國際接軌的產業化運作模式。

第五部分、重要國家文化產業情勢動態

一、日本

近兩個月 (2021/08/21-2021/10/20) 的日本文化產業發展在疫情趨緩下藝文界開始漸漸復甦，其他則注重在音樂著作權、電視產業、數位內容產業及 2022 年度觀光預算。

藝文方面，在日本國內疫情稍稍趨緩之下及 9 月 30 日解除緊急事態宣言之後各地開始舉辦藝術祭，如：福島縣舉辦「第 60 回紀念福島縣藝術祭」、熱海市舉辦「ATAMI ART EXPO2021」、「第 3 回熱海未來音樂祭」、宮城縣的「Reborn-Art Festival」綜合藝術祭及「第 24 回文化廳媒體藝術節獲獎作品展」等皆陸續開展。

音樂著作權方面，根據 AWA 串流平臺調查顯示，學生專案使用者其中高達四成使用過盜版音樂軟體。停止使用盜版軟體的原因為「無法合法支持喜歡的藝人」為最高 46.5%、其次為「軟體不好用」為 21.2% 及「發行音樂種類」9.9%。使用該正版音樂軟體原因為「容易使用」37.6%、其次為「可合法支持喜歡的藝人」26.8% 及「發行音樂種類」26.8%。另外，因 COVID-19 疫情影響學生對於喜歡的藝人支持意願整體成長 66%。實際的支持方式為「購入周邊商品」49.7%、「線上直播觀賞」37.2% 等，可觀察到受疫情影響更多學生願意合法支持喜歡的藝人。

數位內容產業方面，由「數位內容白皮書 2021」報告得知，2020 年數位內容產業市場規模為 11 兆 6,975 億日圓 (約新台幣 2 兆 87 億元)，較 2019 年減少 9.3%，9 年來第一次出現負成長。以產業內容區分，規模排行分別為動畫影視、圖像文字、遊戲、複合型及音樂聲音；若以媒體別區分，網路占 37.3%、影音光碟占 28.1%、廣電占 27.3% 及映演專用空間占 7.3%。其中，除網路媒體產業較上年度成長之外，其餘皆下降。雖然 2020 年數位內容產業呈現負成長，但也是消費加速轉移網路的一年，2019 年躍升為龍頭的網路事業部門，2020 年突破 4 兆日圓，創下調查開始以來的最大規模，接近 40% 的內容市場

電視產業方面，根據「Media Gauge」調查分析顯示，傳統電視臺平日的使用率除了早上時段之外其餘時間則為使用智慧型電視觀賞 YouTube 比例最高，假日則是從早上至傍晚 YouTube 使用率最高。在數位匯流時代，傳統電視臺應思考接下來該如何與智慧型電視並存。

據「博報堂 contents fan 消費行為調查」觀察到，2020 年消費者在內容上的平均支出平均消費支出為 67,201 日圓 (約新台幣 16,500 元)，較上年增加 2,629 日圓 (約新台幣 650 元)，不受 COVID-19 疫情影響。其中，實體活動市場、休閒市場規模下降；另一方面，智慧手機、平板電腦、遊戲軟體、CD、DVD 套裝市場等相關商品市場皆有不錯表現。受歡迎的內容具有共同點，從數位到類比的各種平台都建立與消費者的聯繫。去年，音樂內容有很強烈的這樣的趨勢，2021 年的調查中，動漫內容也很明顯。

文化觀光方面，日本觀光廳發表 2022 年度觀光預算較上年增加 3.3%，達 425 億 3500 萬日圓 (約新台幣 104 億元)，因 COVID-19 疫情影響國內外觀光需求銳減，觀光產業

深受影響。日本政府觀光局 (JNTO) 9 月 29 日宣布針對中國市場與中國大型電商阿里巴巴旗下的旅遊平臺「飛豬」及跨境電商平臺「天貓國際」合作，透過在日中國網紅展示日本各地景點和伴手禮，觀眾可透過電商平臺直接購買日本本地產品，同時也體驗了虛擬旅行。

文化資產方面，6 月 14 日進行文化財保護法的修正，並且新設立無形民俗文化財產類別。文化審議會此次公布將兩項無形民俗文化財-香川縣讚岐的醬油釀造技術及高知縣的土佐柴魚片製造技術登錄在冊。

表 5-1、日本文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20)

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|--------------------|------------|---|
| 石巻が舞台の総合芸術祭〈Reborn-Art Festival〉夏会期が始まっています！ | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/08/23 | 以石巻為舞台的綜合藝術節「Reborn-Art Festival」夏季活動已經開始了！ |
| データが証明「YouTube に食われる放送局」の実態 | 東洋經濟 | 2021/08/25 | 數據證明「YouTube 正在瓜分電視臺市場」 |
| ゲーム音楽が使われたオリンピック開会式_ゲーム音楽の演奏を肯定的に捉えていたゲーマーは 88.8% | PR TIMES | 2021/08/26 | 88.8%的遊戲玩家對奧運會開幕式上使用遊戲音樂表示肯定。 |
| 2021 年観光白書徹底解説 10. 2021 年より実施される政策 文化財・国立公園編 | 訪日ラボ | 2021/08/27 | 徹底解説 2021 年観光白皮書—2021 年 10 月將實施的政策-文化資產及國家公園篇 |
| 音楽著作権ビジネスの「NexTone」業界一強「JASRAC」となになが違うのか？(慶応義塾大学 すんぴぴ)【企業分析バトル】 | J-CAST ニュース | 2021/08/27 | 商業音樂著作權「NexTone」和「JASRAC」之間有什麼區別？ |
| 芸術のパラリンピック!? 多様な「生の表現」ポコラート世界展 | 産経新聞 | 2021/08/28 | 藝術的殘奧會!?!世界 POCORATO 展覽-生命的多樣表達方式。 |
| 映画動員ランキング:『』が公開4週目にして初の首位 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/08/30 | 電影「我的英雄學院」上映四周首次登上榜首。 |
| 観光庁、2022 年度予算で 425 億円を要求、危機に瀕する観光産業の存続支援、宿泊業の高付加価値化は 7 倍の 7 億円 | Travel Voice | 2021/08/31 | 日本觀光廳公布 2022 年度預算要求為 425 億日元，以支持瀕臨危機的旅遊業。 |
| 『デジタルコンテンツ白書 2021』9 月 1 日発行 | PR TIMES | 2021/08/31 | <2021 年數位內容白皮書>於 9 月 1 日發布 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|-----------------------------|------------|--|
| 国はゲーム・マンガ・アニメのコンテンツ政策をどの程度やってきたのか？ | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/01 | 國家對於遊戲、漫畫和動畫已做出何種政策支持？ |
| 珠洲の豊かさアートで 奥能登国際芸術祭 4日開幕 国内外53組市内全域に彩り | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/04 | 奧能登國際藝術節於 4 日開幕，日本國內外共 53 組藝術家裝飾了整個城市。 |
| 観光庁概算要求、2%増の417億円 第2の故郷づくりや宿泊業の新モデル導入 | TRAVEL JOURNAL ONLINE | 2021/09/06 | 日本觀光廳要求預算增加 2%，達到 417 億日元，以創造第二個家，並引進住宿業的新模式。 |
| まち歩き環境向上を図る熊本市の施策、99カ所の観光案内サインにクラウドサーカスのAR「COCOAR」が採用 | PR TIMES | 2021/09/06 | Cloud Circus 的 AR 「COCOAR」被用於熊本市的 99 個旅遊信息標誌，以改善城市的散步環境。 |
| 土佐和紙の魅力に舞台芸術で迫る Washi+、鈴木竜x棚川寛子「いとなむ」 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/07 | 探索土佐和紙魅力的舞臺藝術，Washi+、鈴木龍和棚川寛子的「Itonamu」。 |
| 第24回文化庁メディア芸術祭受賞作品展の開催について | 文化庁 | 2021/09/07 | 第 24 屆日本媒體藝術節獲獎作品展 |
| 影響力の強いコンテンツ 「進撃の巨人」や「あいみよん」を抑えて1位になったのは？ | ITmedia ビジネスオンライン | 2021/09/08 | 有影響力的 contents：打敗「進擊的巨人」和「愛繆」，誰排在第一位？ |
| 現代アートを自然の中で楽しむ「六甲ミーツ・アート 芸術散歩 2021」9月11日より開催 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/09 | 「六甲 Meets Art 藝術散步 2021」於 9 月 11 日開始舉行，在大自然中欣賞當代藝術。 |
| 福島県芸術祭が幕開け 伊達市で式典・行事、県北6団体が伝統芸能披露 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/13 | 福島藝術節在伊達市舉行開幕式，來自縣內北部的 6 個團體表演傳統藝術。 |
| 東京芸術劇場芸術監督・野田秀樹が舞台役者に修行の場を提供 東京演劇道場 the 2nd 新メンバー募集 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/13 | 東京藝術劇場的藝術總監野田秀樹為舞台演員提供訓練場所。東京表演道場招收第 2 期新成員。 |
| 新しい音楽を発掘！LOUNGE 開催キャンペーン「#音楽発掘愛好会」 | PR TIMES | 2021/09/13 | 發現新音樂！LOUNGE 舉辦「#音樂發掘愛好會」活動。 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|-----------------------------|------------|---|
| 奈良県、観光連携の土台づくり強化 総合戦略の柱に モデル地域で推進 | TRAVEL JOURNAL ONLINE | 2021/09/13 | 奈良縣加強了將旅遊業提升到新基礎，使之成為其綜合戰略的支柱。 |
| 嚴懲網路「劇透者」！日本法院新判決：為保障漫畫著作權，沒收劇透網收入、公開投稿者情報！ | 換日線 | 2021/09/13 | |
| 日本文學與古文化底蘊堆砌的動畫風景 實是資產保護的另類實踐 | 中央廣播電台 | 2021/09/14 | |
| 訪日外国人数、8月は2.6万人、オリパラ選手・関係者の入国で一時的な増加 ー日本政府観光局（速報） | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/15 | 8 月份訪日外國人數為 26,000 人，因殘奧選手及其關係者入境而暫時增加 ー日本政府觀光局（快報）。 |
| GReeeeN、高校軽音楽部の全国大会 テーマソングを担当 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/16 | GReeeeN 為高中輕音社負責全國大賽主題曲 |
| 違法音楽アプリの利用者が減少、理由は「アーティストに還元されない」 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/17 | 盜版音樂軟體使用者人數下降，原因為「無法合法支持喜歡的藝人」。 |
| 日本の伝統工芸や文化を再編集し、 新しいクリエイションに。森星の プロジェクトが始動 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/20 | 將日本傳統工藝和文化重新編輯成新的創作-森星的新項目已經開始。 |
| 音楽事務所バグ・コーポレーション、 「セルフマネジメント、セルフ プロデュースを行う音楽家」のための メンタリング事業を開始 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/21 | 音樂事務所「Bug Corporation」為「自我管理和自我製作的音樂人」推出了支援指導業務。 |
| 視聴率は「個人」の時代へ。テレビ 離れの意外な側面をビデオリサーチ に聞いた | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/22 | 收視率已進入 "個人" 時代。向 Video Research 詢問了脫離電視所帶來意想不到的一面。 |
| フジテレビ深夜アニメ枠「+Ultra」 がランチロールと協業 新企画に はスロウカーブも参画 | YAHOO ! NEWS JAPAN | 2021/09/23 | 富士電視台的深夜動畫時段「+Ultra」與 crunchyroll 合作，slowcurve 也參加了這個新項目。 |
| e スポーツ市場 2026 年に 500 億円規 中高生憧れの職業「ゲーム実況者 著 | PR TIMES | 2021/09/24 | 電競遊戲市場 2026 年將達到 500 億日元 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|-------------------|------------|---|
| 作權法違反も解禁相次ぐ模に | | | |
| 中高生憧れの職業「ゲーム実況者」 著作権法違反も解禁相次ぐ | 産経新聞 | 2021/09/26 | 遊戲實況主是初中和高中學生所憧憬的職業，違反著作權法也相繼解禁。 |
| 鬼滅の刃「無限列車編」20%超の衝撃～世帯視聴率の大台突破を支えたのは誰か？～ | YAHOO! NEWS JAPAN | 2021/09/27 | 鬼滅之刃「無限列車編」超過 20% 的衝擊～家庭收視率的突破？ |
| 令和 3 年度文化庁映画賞（文化記録映画部門・映画功労部門）の決定について | 文化庁 | 2021/09/27 | 2021 年文化廳電影獎。 |
| 世界で急拡大する大人向けアニメ市場、日本のアニメは安泰なのか？ | DIME | 2021/09/28 | 世界上成長快速的成人動畫市場-日本動畫是否安全？ |
| 「呪術廻戦」「君の名は。」「氷菓」… 人気アニメの聖地集う岐阜、観光業の希望 | 讀賣新聞 | 2021/09/28 | 「咒術迴戰」、「你的名字」、「冰菓」等人氣動漫聖地岐阜，是旅遊產業的希望所在。 |
| 「熱海芸術祭」開幕へ 映画祭や音楽パフォーマンスで秋の熱海彩る | YAHOO! NEWS JAPAN | 2021/09/30 | 「熱海藝術節」以電影節及音樂表演為秋天的熱海增添色彩。 |
| 岸田文雄氏「好きなキャラクターは、 猗窩座です」 アニメ・漫画業界の待遇改善に意欲 | YAHOO! NEWS JAPAN | 2021/09/30 | 岸田文雄：「最喜歡的角色是猗窩座」-願改善動畫及漫畫產業的待遇。 |
| 日本の伝統工芸や文化の“カッコイイ”を世界に発信！ Webメディア「NOROSHI」熊本の肥後象がん・来民洪うちわを紹介 | @press | 2021/09/30 | 將「酷」的日本傳統工藝和文化介紹給世界！網絡媒體「NOROSHI」介紹了來自熊本的「肥後象嵌 higozougan」及「kutamishibuuchi」。 |
| 日本政府観光局、中国市場向けお土産も買えるバーチャルツアー、アリババ傘下の旅行予約「フリギー」らと展開 | Travel Voice | 2021/09/30 | 日本觀光局與阿里巴巴旗下「飛豬」平臺合作，向中國市場推出虛擬旅遊及伴手禮購物。 |
| e スポーツは“ボーダーレス”！ JeSU「日本・サウジアラビア e スポーツマッチ」記者会見レポート | Game Watch | 2021/09/30 | 電子競技是「無邊界的！」JeSU「日本-沙烏地阿拉伯電競比賽」新聞發布會報 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|-------------------------|------------|--|
| | | | 告。 |
| 登録無形民俗文化財の第一号登録について | 文化庁 | 2021/09/30 | 登録第一批無形民俗文化財產。 |
| 宮内庁三の丸尚蔵館保管の美術工芸品に係る国宝・重要文化財（美術工芸品）の指定について | 文化庁 | 2021/09/30 | 指定國寶和重要文化財產（工藝美術品），關係到皇室機構三之丸尚蔵館收藏的工藝美術品。 |
| 世界遺産・仁和寺、「国宝のある芸術祭」でクラウドファンディング…コロナ下の芸術家支援 | 讀賣新聞 | 2021/10/01 | 世界遺產地-仁和寺、「國寶藝術節」進行眾籌支持 COVID-19 疫情下的藝術家們。 |
| メディア芸術と社会の新たな関係を知る。『文化庁メディア芸術祭 受賞作品展』を詳細レポート。 | YAHOO！ NEWS JAPAN | 2021/10/01 | 媒體藝術和社會之間的新關係。「日本媒體藝術節獲獎作品展」詳細報告。 |
| 全興連とムービーウォーカー社の共同企画！『もっと映画館に行こう！』キャンペーンスタート | PR TIMES | 2021/10/01 | 全興連和 movie walker 作推出共同企劃「多去電影院！」的活動開始了！ |
| コンテンツへの平均支出金額、2020年は「67,201円」で前年から2,629円も上昇【博報堂DYMP調べ】 | YAHOO！ NEWS JAPAN | 2021/10/01 | 2020 年 contents 平均花費為 67,201 日元，較上年增加 2,629 日元[博報堂 DYMP 調查]。 |
| 神戸・北野を街歩きしながら芸術鑑賞 気に入った作品があれば…その場で購入もできるアートフェス | YAHOO！ NEWS JAPAN | 2021/10/02 | 神戸北野的藝術節-如果喜欢，可當場購買藝術作品。 |
| 藤井風の“音楽ルーツ”解き明かす 無観客生中継ライブの舞台裏にも独占密着 | YAHOO！ NEWS JAPAN | 2021/10/04 | 藤井風の「音樂 roots」揭密無觀眾的情況下進行現場直播的獨家幕後花絮。 |
| 「鬼滅の刃」の巨岩 丹波篠山の山林に？ 新たな「聖地巡礼」の地期待 | 神戸新聞 | 2021/10/06 | 丹波篠山森林中的「鬼滅之刃」巨大岩石？期待成為新的「聖地巡禮」。 |
| 世界注目の芸術家も出品 来月開催の紀南アートウィーク | YAHOO！ NEWS JAPAN | 2021/10/08 | 下個月舉辦的紀南 art week-世界著名的藝術家也將出展。 |
| セガ伝説のゲーム「シェンムー」が22年アニメ化！宿敵との闘い描くキービジュアルが公開 | アニメ！アニメ！ | 2021/10/08 | SEGA 傳奇遊戲「莎木系列」2022 年將推出動畫版本！描繪與宿敵之戰視覺 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|-------------------|------------|---|
| | | | 圖已發布。 |
| “「鉄のまち」室蘭の魅力 芸術通じ再発見を” イベント始まる | NHK NEWS WEB | 2021/10/10 | 「鐵城」室蘭的魅力將透過藝術重新發現。 |
| 西島秀俊x濱口竜介監督『ドライブ・マイ・カー』第94回米アカデミー賞日本代表に決定 | YAHOO! NEWS JAPAN | 2021/10/11 | 西島秀俊和濱口龍介的《在車上 Drive My Car》將代表日本參加第94屆奧斯卡。 |
| 経済効果19億円超！？ハリウッド映画を日本が誘致 | テレ朝 News | 2021/10/12 | 超過19億日元的經濟效益！日本吸引好萊塢電影 |
| 令和3年度「伝統的工芸品産業功労者等経済産業大臣表彰」の受賞者が決定しました | 經濟産業省 | 2021/10/15 | 2021年傳統工藝産業功勳部長獎的獲獎者已公布。 |
| 文化審議会答申（登録無形文化財の登録）について | 文化庁 | 2021/10/15 | 文化審議會報告（非物質文化財產的登記）。 |
| 文化審議会答申（重要文化財（美術工芸品）の指定）について | 文化庁 | 2021/10/15 | 文化審議會報告（重要文化財產（藝術和工藝）的指定）。 |

二、韓國

近兩個月 (2021/08/21-2021/10/20) 的韓國文化產業情勢動態聚焦在疫情下韓國中央與地方政府針對文化相關產業與觀光旅遊所提出的相關紓困與振興補助策略。此外，也包含文化內容版權議題、非同質化代幣與元宇宙等新興科技的應用，以及各產業發展現況等。

疫情肆虐使各文化內容相關產業都受到影響，如流行音樂產業，在產業營運大幅衰退影響從業人員生計的情況下，流行音樂產業協會發出呼籲希望中央政府儘速訂定展演相關防疫準則，以恢復產業運作；相關展演的部分，韓國阿里郎電視台與韓國唱片業協會共同合作支持小規模的音樂表演。藝術產業方面，受疫情影響，文化藝術家收入大幅減少；對此，大邱市規劃 5 億韓元推出地方藝術家藝術品租賃服務，而文體部也規劃一連串藝術活動，如藝術週、「Covid-19，被記錄的藝術」等，除支援藝術家之外，也希望民眾能從日常生活中找到藝術帶來的快樂。

觀光領域方面，受疫情衝擊，2021 年上半年訪韓外國遊客僅去年同期 0.05%；對此，地方政府也提出相關因應措施，如光州市向受疫情影響之旅遊業提供 100 萬韓元的生活穩定資金；濟州島則推出相關旅遊活動吸引海外遊客參訪；此外，在疫情改變觀光旅遊模式的情況下，露營旅遊出現快速發展。

各產業發展現況與政策方面，首先在遊戲產業方面，韓國將廢除《青少年保護修訂法》「遊戲強制關閉」項目，轉為尊重青少年自決權的自治系統；而影視相關領域，隨著勞動權益日漸受到重視，韓國有議員開始呼籲應改善如電影產業超時工作之工作環境；傳統電視產業方面，為強化該產業未來發展，韓國科技部近期將對於國內外付費電視內容市場現況，以及其合理的交易結構進行審視，以促進韓國影視內容產業的發展與投資的振興；此外，隨著 OTT 產業的快速發展，釜山電影節首次設立「ON SCREEN」項目，新增 OTT 影劇類型以順應產業發展，而韓國電影政策推進小組預計將 OTT 產業一併納入未來政策中。

出版產業方面，較值得注意的是，文體部與韓國出版振興院將成立出版發行一站式服務平台，以整合出版商、書店等各式銷售資訊；最後在藝術產業部分，則多聚焦在藝術家權利義務的提升，包含文體部與韓國藝術家福利基金會及韓國版權委員會等將於 2021 年下半年開展藝術家權益保護教育、文體部透過線上說明會提高對文化藝術贊助認證制度的認識、民間團體呼籲「提高外國藝術家的居留身份並準備補助措施」等。

此外近年來文化內容版權議題受到重視，例如出版產業方面，近期 Kakao 侵犯網路小說競賽參賽者作品版權相關事件，韓國公平貿易委員會已介入調查；而影視產業隨著 OTT 產業快速發展，網路盜版內容在過去三年中，成長 25%；為有效防止網路盜版內容傳播，韓國最高法院裁定，發布侵犯版權連結者將視同為侵犯作品公開傳播權之共犯。

隨著疫情的趨緩，韓國政府開始投入相關內容產業海外市場的支援，例如韓國駐瑞典大使館舉辦線上韓國文化節、文體部舉辦「韓國內容週」向世界推廣韓國文化等；特

定產業方面，如文體部與韓國出版振興院透過「參觀書展」，協助韓國出版產業進入海外市場 (B2B) ；此外，韓國科技部於法國「MIPCOM 2021」市場展中推出「韓國超高畫質推進中心」。

最後在文化內容相關科技應用的部分，韓國民間也開始有相關嘗試應用，如釜山電影節門票、韓國嶺南日報相關出版內容等嘗試與「非同質化代幣 (Non-Fungible Token · NFT) 」技術結合；此外因應元宇宙 (Metaverse) 的熱潮，韓國文體部也透過舉辦「韓國文化體驗元世界內容創意大賽」，希望利用虛擬世界向全球宣傳韓國文化。

表 5-2、韓國文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20)

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|---------------------------|---------------------------|---|
| 전 세계 11 개국에 디지털 관광 전과해 위기 극복 돕는다 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/6/23 | 通過向全球 11 個國家傳播數位旅遊來幫助克服危機 |
| 온라인 설명회로 문화예술후원 인증제도 인식 높인다 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/9/1 | 透過線上說明會提高對文化藝術贊助認證制度的認識 |
| 작품 앞의 당신도 예술이 되는 순간, '2021 미술주간' | 韓國文化體育觀光部 | 2021/9/29 | 文體部將舉辦「2021 藝術週」旨在希望民眾從日常生活找到藝術提供的快樂與舒適 |
| 코로나 19 로 변화된 일상, 예술가의 시선으로 기록하다 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/9/9 | 文體部推出"COVID-19, 被記錄的藝術"活動 |
| 올해 대한민국을 대표하는 관광기념품 12 점과 관광사진 216 점 선정 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/9/8 | 韓國旅遊大賽選出代表韓國的 12 件旅遊紀念品和 216 張旅遊照片 |
| 문화·체육·관광에 사회적 가치를 더할 기업을 찾습니다 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/9/9 | 文化、體育、旅遊等類型社會企業徵選 |
| 게임 셧다운제 폐지, 자율적 선택으로 과몰입 방지 유도 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/8/25 | 韓國將廢除《青少年保護修訂法》「遊戲強制關閉」項目，轉為尊重青少年自決權的自治系統 |
| '중기 움부즈만' 과 함께 관광, 게임 등 문화규제 개선한다 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/8/27 | 透過「成長階梯論壇」、「監管創新論壇」等改善文化、藝術、體育、旅遊等相關法規 |
| CJ 올리브네트웍스, 부산국제영화제 티켓에 NFT 기술 적용 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/27 | CJ OliveNetworks 將 NFT 技術應用於釜山國際電影節門票 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|-------------------------|---------------------------|---|
| 부산은행 26년째 부산국제영화제 후원... 올해도 8억원 상당 지원 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/23 | 釜山銀行贊助釜山國際電影節 26年，今年贊助 80 億韓元 |
| 주 52시간? 산재보상?... 영화 스태프에겐 '그림의 떡' | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/19 | 一周 52 小時? 工傷賠償? 拍攝現場工作環境急需改變 |
| 내달 개막 부산국제영화제 전체 좌석 50%만 운영 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/15 | 下月開幕的釜山國際電影節，只開放 50% 的座位 |
| 한국 영화 속 남성 캐릭터, 여성보다 2 배 더 많이 등장 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/4 | 韓國電影中男性角色的出現頻率是女性角色的兩倍 |
| 부산영화제, OTT 드라마 상영...'온 스크린' 신설 | 韓國聯合通訊社 | 2021/8/25 | 釜山電影節首次專為 OTT 影劇新增「ON SCREEN」項目，以順應影劇界的發展 |
| 공정위, 카카오엔터 '웹소설 저작권 갑질' 제재절차 착수 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/16 | 公平貿易委員會調查 Kakao 侵犯網路小說競賽參賽者作品版權 |
| 대법 "저작권 침해 게시물 '링크'만 해도 처벌 가능" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/9 | 只要發布有超連結到侵犯版權的貼文，就會受到懲罰 |
| 베르테르 효과' 막는다... 대중문화예술인 자살 예방계획 마련 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/29 | 韓國政府與韓國神經精神病學協會合作，設立心靈救濟診所，防止藝術家自殺 |
| 코로나 19 이후 충남 문화예술인 수입 반토막... "치료도 포기" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/15 | 疫情後，忠清南道文化藝術家收入減半 |
| 광주시, 문화예술 지원사업 개선..."예술활동 안심 보험도 지원" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/14 | 光州市提出支持文化藝術領域三大政策 |
| 대구콘텐츠비즈니스센터 연말 완공... 문화콘텐츠산업 기반 구축 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/23 | 大邱市開設文化內容產業培育基地之內容商務中心 |
| 美동포, 한류 콘텐츠 유통 플랫폼 'KWAVE GO' 구축 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/15 | 韓裔美國人建立“KWAVE GO”韓流內容分享平台 |
| 유료방송 콘텐츠 거래 를 제정에 민관 머리 맞댄다 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/6 | 公私合作制定合理付費電視內容交易規則 |
| 카카오 TV 출범 1주년... | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/6 | Kakao TV 一周年，累積觀看次 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|-------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| 참신한 콘텐츠로 11 억뷰 돌파 | | | 數突破 11 億次 |
| 이주단체 "외국인 예술인 체류자격 개선하고 지원책 마련해야" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/29 | 民間團體呼籲「提高外國藝術家的居留身份並準備補助措施」 |
| 대구시 지역 예술계 지원책으로 '미술품 대여사업' | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/28 | 大邱市提出 5 億韓元當地藝術家貸款計畫 |
| 포스트 코로나 대비 '제주형 5 감 5 색 문화관광콘텐츠' 제안 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/10 | 為後疫情時代做準備的「濟州式 5 感 5 色文化旅遊內容」 |
| 콘텐츠 산업 육성 나선 창원시...기업·연구기관과 협약 | 韓國聯合通訊社 | 2021/8/25 | 昌原市與地方教育機構、企業合力培育振興振興內容產業 |
| 출판계도 카카오·네이버 압박..."출판 생태계 파괴" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/14 | 韓國出版文化協會認為 Kakao 及 Naver 破壞出版產業生態系統 |
| "대중음악업계, 매출액 평균 78% 감소"...손실 보상 요구 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/23 | 流行音樂產業受疫情影響銷售額下滑 78% |
| 대중음악공연계 "가족 몰래 택배 일로 버터... 방역원칙 마련해야" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/8 | 韓國流行音樂產業協會呼籲政府針對流行音樂大型展演制定相關作業準則 |
| 아리랑 TV, 문체부·음레협과 소규모 대중음악공연 지원 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/8 | 阿里郎電視台和韓國音樂唱片業協會合作支持小規模流行音樂表演 |
| 거리두기 여행' 인기에 캠핑용품 디자인 출원 크게 늘어 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/22 | 隨著疫情影響旅遊觀光型態，使露營旅遊蓬勃發展 |
| 포스트 코로나엔 제주로... 관광 해외 마케팅 '각양각색' | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/20 | 為後疫情做準備，濟州島積極推出吸引海外遊客廣告宣傳 |
| 코로나에 관광 초토화...올 상반기 방한 관광객 재작년 20분의 1 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/20 | 疫情重創旅遊業，今年上半年訪韓遊客僅去年同期的 1/20 |
| 광주 여행업계에 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/3 | 光州市向受疫情影響之旅遊業 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|-------------------------|----------------------------|---|
| 생활안정자금 100 만원 지원 | | | 提供 100 萬韓元的生活穩定資金 |
| "TV 광고는 여전히 강력한 매체...과급력 대체 불가" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/7 | 電視廣告仍然效益最高的廣告媒介 |
| "이제 K-아트로 세계 휩쓴다" 런던 미술계, 한국에 눈 뜨다 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/18 | 倫敦藝術界將目光投向韓國 "K-ART" |
| 온라인 불법복제 3년 새 25% 급증...BTS·어벤져스·원피스 최다 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/14 | 隨著 OTT 市場的成長，網路盜版內容過去三年成長 25% |
| "가을이 오는 소리 솔솔~ 제주 원도심 가자!" | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/14 | 濟州觀光公社宣布推出"文化享受空間，夢寐以求的原始市中心"活動 |
| 서울프라이드영화제 "전통적 쿼어 범주 벗어난 확장성이 특징" | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/13 | 韓國舉辦"2021 首爾驕傲電影節" |
| 김승수 "넷플릭스, '오징어게임' 덕분에 1 천배 이익" | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/14 | Netflix"魷魚遊戲"投資效益達 1,000 倍 |
| 예술인 권익 지킨다... 저작권 등 예술인 대상 교육 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/13 | 文體部與韓國藝術家福利基金會及韓國版權委員會等將於下半年開展藝術家權益保護教育 |
| 티빙, 독립출범 1년... "K-콘텐츠로 해외시장 본격 공략" | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/18 | 韓國本土 OTT Tving 透過韓國原創內容瞄準海外市場 |
| 과기부, 세계 최대 영상콘텐츠 마켓서 '한국 UHD 홍보관' 운영 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/17 | 韓國科技部於法國"MIPCOM 2021"市場展中推出"韓國超高畫質推進中心" |
| 영남일보, 백범 휘호·창간호 등 자사 콘텐츠 NFT 판매 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/14 | 韓國嶺南日報推出內容與 NFT 的結合 |
| 미술품 유통·감정' 궁금하다면..."인식개선 캠페인 함께 해요" | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/4 | 文體部與藝術管理支援中心以"作品的價值與信任"為主題舉辦相關活動提高藝術傳播與收藏意識 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|-------------------------|----------------------------|--|
| 진경련 "고부가가치 미술산업 발전 위해 물납제 도입 필요" | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/30 | 韓國工商團體呼籲應為高附加價值藝術產業注入更多資源 |
| 인천공항 제1 교통센터서 '한국국제아트페어' 특별전시 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/27 | 韓國畫廊協會與仁川機場合作舉辦韓國藝術博覽會特別展 |
| 불붙은 미술시장...키아프 판매액 650 억 원 '역대 최고' | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/17 | 韓國藝術博覽會今年度銷售額創歷史新高 |
| 울산 중구-광주 동구, 관광 활성화 업무 협약 체결 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/13 | 蔚山市中區與光州市東區簽署促進文化觀光相關協議 |
| 다음 달 2~4 일 울진서 전시회 중심 성류문화제 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/29 | 蔚珍郡舉辦星流文化節 |
| "OTT 시장 확대... 영화발전기금에 비디오물 부과금 추가해야" | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/5 | 韓國電影政策推進小組將 OTT 產業一併納入未來政策中 |
| [문화소식] 출판진흥원 '2021 열린포럼' | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/29 | 文體部與韓國出版振興院舉辦 "2021 公開線上論壇" |
| 문체부, 저작권 침해 불법링크 누리집 본격 단속 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/12 | 文體部嚴厲打擊非法鏈接侵權網站 |
| 주스웨덴대사관, 온라인 한국문화축제 개최 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/1 | 韓國駐瑞典大使館舉辦線上韓國文化節 |
| 책 생산부터 판매까지 정보가 한곳에... 출판유통통합전산망 개통 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/29 | 文體部與韓國出版振興院成立出版發行平台，整合出版商、書店等各式銷售資訊一站式服務 |
| 네이버, 日 전자책 시장 공략 박차...1 천 716 억원 투자 추진 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/4 | Naver 投資 1,716 億韓元加速進軍日本電子書市場 |
| 책방의 미래는?...부산서 서점 창업 멘토링 프로그램 열린다 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/30 | 書店的未來？釜山書店創業指導計劃啟動 |
| 문화산업 맞춤형 정책보증 신설...3 년간 1 조원 지원 | 韓國聯合通訊社 | 2021/9/30 | 文體部與韓國信用擔保基金及 Naver 簽屬協議，推出為期 3 年共 1 兆韓元文化產業政策保障 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|---------------------------|----------------------------|---|
| | | | 基金 |
| 확장 가상 세계에서 전 세계인이 즐길 수 있는 한국문화 콘텐츠 발굴 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/10/18 | 文體部舉辦"韓國文化體驗元世界內容創意大賽"利用虛擬世界向全球宣傳韓國文化 |
| '코리아 콘텐츠 위크' 로 한국문화를 세계에 집중적으로 알린다 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/10/4 | "韓國內容週"專注於向世界推廣韓國文化 |
| '콘텐츠, 새로운 세계로 여행하다' | 韓國文化體育觀光部 | 2021/8/30 | 文體部與韓國文化內容振興院舉辦 2021 國際影視市場展 |
| 한국 도서, 프랑스와 벨기에 출판시장 진출 속도 낸다 | 韓國文化體育觀光部 | 2021/9/30 | 文體部與韓國出版振興院透過"參觀書展",協助韓國出版產業進入海外市場(B2B) |
| '어르신(시니어) 출판시장의 오늘과 내일' | 韓國文化體育觀光部 | 2021/8/19 | 文體部與韓國老年醫學會共同舉辦第二屆論壇,主題為高齡族群出版市場的今天與明天 |
| [게시판] 부산 영화·영상 콘텐츠 산업 발전 다자간 협약 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/19 | 釜山地方影視相關團體簽屬多邊協議合力發展影視後製產業 |
| 전통 공예의 법칙' 진주전통공예비엔날레 내달 4일 개막 | 韓國聯合通訊社 | 2021/10/20 | 晉州市舉辦傳統工藝雙年展 |

三、中國大陸

近兩個月 (2021/08/21 ~ 2021/10/20) 中國大陸文化產業情勢動態，隨著中國大陸 COVID-19 疫情趨緩，使得整體文化、娛樂消費逐漸復甦。此外，中國大陸政府頒布相關文化產業發展政策與管制措施，將可能影響中國大陸相關業者的發展與經營方向。

根據中國大陸國家統計局資料顯示，中國大陸全國居民教育文化娛樂、其他用品及服務等消費支出上年同期受疫情影響較大，今年以來呈現快速反彈態勢。但就整體情況觀察，中國大陸全國居民人均服務性消費支出兩年平均成長 4.5%，仍低於居民人均消費支出 1.2 個百分點，可知服務性消費恢復程度仍低於其它消費。另一方面，今年前三季之中國大陸全國消費者物價指數 (CPI) 較上年同期成長 0.6%，漲幅較上半年增加 0.1 個百分點。其中，教育文化娛樂價格上漲 1.6%。顯示中國大陸教育文化娛樂相關行業仍穩步復甦。

在文化產業相關政策與推動方面，中國大陸商務部、中國共產黨中央宣傳部會同其文化和旅遊部、廣電總局，公告其 16 個行政區 (功能區) 為第二批國家文化出口基地。文化出口基地的設置有四大目標，分別為打造對外文化貿易制度高地、培育特色優勢產業和品牌、拓展公共服務平臺和載體、積極優化基地營商環境等。

除此之外，中國大陸國務院於今年 9 月頒布《知識產權強國建設綱要 (2021—2035 年) 》，此《綱要》確立中國大陸智慧財產權兩大具體目標。一是 2025 年，智慧財產權強國建設取得明顯成效，智慧財產權保護更加嚴格，社會滿意度達到並保持較高水準，智慧財產權市場價值進一步凸顯，品牌競爭力大幅提升，專利密集型產業增加值占 GDP 比重達到 13%，版權產業增加值占 GDP 比重達到 7.5%，智慧財產權使用費年進出口總額達到人民幣 3,500 億元 (約新臺幣 1 兆 5,439 億元)，每萬人口高價值發明專利擁有量達到 12 件。二為 2035 年，中國大陸智慧財產權綜合競爭力躋身世界前列，智慧財產權制度系統完備，智慧財產權促進創新創業蓬勃發展，全社會智慧財產權文化敏感度之養成，全方位、多層次參與智慧財產權全球治理的國際合作格局，以造就具中國特色、世界水準的智慧財產權強國。

在文化產業相關管制措施方面，《網絡表演經紀機構管理辦法》主要針對中國大陸網路表演經紀機構應當加強對簽約網路表演者的約束，要求其不得以語言刺激、不合理特殊對待、承諾返利等方式誘導使用者消費，並於 10 月再行頒布《文化和旅遊部關於規範演出經紀行為加強演員管理促進演出市場健康有序發展的通知》，進一步規範演出經紀行為，釐清演出經紀機構責任，加強演員管理，以促進中國大陸演出市場健康有序發展；而《關於進一步加強“飯圈”亂象治理的通知》(飯圈治理新十條) 則是強制取消所有涉明星藝人個人或組合的排行榜單，僅可保留音樂作品、影視作品等排行，但不得出現明星藝人姓名等個資，並降低簽到、點讚、評論等指標權重，增加作品導向及專業性評價等指標權重，且不得設置誘導粉絲打榜的相關功能，不得設置付費簽到功能或透過儲值會員等方式增加簽到次數，引導粉絲加強關注文化產品品質，降低追星熱度。

而《演出票務服務與技術規範》，為統一中國大陸全國演出票務的內容、規格、編碼、製作、發行、生成、列印、取票、印刷等要求，將相關演出票務購票、檢票、退票等流程規範化，並制訂演出行業的票務基本規則，以對於中國大陸全國演出票務市場資料的蒐集與有效監管，將有效打擊「黃牛票」的生存空間；《關於進一步嚴格管理切實防止未成年人沉迷網絡遊戲的通知》，則是針對未成年人過度使用甚至沉迷網路遊戲問題，進一步嚴格管理措施，要求嚴格限制向未成年人提供網路遊戲服務的時間，僅可在週末、假日的 20 時至 21 時向未成年人提供一小時服務、嚴格落實網路遊戲使用者帳號實名註冊和登錄要求，此舉引發中國大陸遊戲產業的震盪，騰訊、網易等多家公司股價大幅下跌。

表 5-3、中國大陸文化產業情勢動態 (2021/08/21 ~ 2021/10/20)

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|-------------------|------------|
| 郎朗入駐臺湖演藝小鎮 | 北京晚報 | 2021/08/21 |
| 為鄉村青年「返鄉」創造條件 | 中國經濟網 | 2021/08/21 |
| 門店突破 3 萬家 劇本殺能給旅遊「殺」出一條新路嗎？ | 工人日報 | 2021/08/22 |
| 商務部：中國已成為全球第二大消費市場、第一貿易大國 | 中國新聞網 | 2021/08/23 |
| 一年「預約」八部，「顯微鏡」下的諜戰劇該如何突圍 | 文匯報 | 2021/08/23 |
| 國綜未來可期！優酷《街舞 4》豆瓣開分 8.9，打破「火不過三季」魔咒 | 中國經濟網 | 2021/08/23 |
| 準確把握「十四五」規劃精神 香港揚帆再遠航 | 新華社 | 2021/08/24 |
| 謹慎看待影視產業「流媒體+」的全球趨勢 | 文匯報 | 2021/08/24 |
| 飯圈、繪圈、遊戲圈……青少年圈子亂象該「歇」了 | 光明日報 | 2021/08/24 |
| 中國文聯文藝工作者職業道德和行風建設工作座談會在京召開 發佈《修身守正 立心鑄魂——致廣大文藝工作者倡議書》 | 央視網 | 2021/08/25 |
| 國家廣電總局：不得播出《倩女幽魂》，停播鄭爽參與製作的節目 | 法治日報 | 2021/08/25 |
| 跨次元紀錄片《不白吃的食神之旅》：探尋美食背後的傳承與堅持 | 中國經濟網 | 2021/08/25 |
| 有效遏制影視盜版侵權行為 | 中國經濟網 | 2021/08/26 |
| 北京環球影城內測票被炒至 5,000 元「天價」 雖有人被拘但仍有黃牛喊出「年底提豪車」 | 證券日報 | 2021/08/26 |
| 國家廣電總局：不得播出《倩女幽魂》，停播鄭爽參與製作的節目 | 中華人民共和國 國家廣電總局 | 2021/08/27 |
| 光明日報：「娘炮形象」等畸形審美必須遏制 | 光明日報 | 2021/08/27 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---------------------------------|--------|------------|
| 國家網信辦對「自媒體」違規採編發佈財經類資訊開展專項整治 | 新華網 | 2021/08/27 |
| 積極財政政策有效對沖疫情及衍生風險—財政政策重在穩預期 | 中國經濟網 | 2021/08/28 |
| 明星排名取消，追星 App 迎來強監管！流量生意涼了 | 中新經緯 | 2021/08/29 |
| 每個人都能感受到，一場深刻的變革正在進行！ | 光明網 | 2021/08/29 |
| 「老黃曆」的文藝範兒 | 文匯報 | 2021/08/29 |
| 網信辦重拳整治「飯圈」亂象 多平臺下線明星榜單 | 北京日報 | 2021/08/30 |
| 愛奇藝「洛陽」IP 新動向：《登場了！洛陽》展現傳統文化的魅力 | 中國網 | 2021/08/31 |
| 為文化添翼 為旅遊鑄魂—促進文化和旅遊產業深度融合 | 中國經濟網 | 2021/08/31 |
| 國家統計局：8 月份中國製造業 PMI 為 50.1% | 中國經濟網 | 2021/08/31 |
| 國家新聞出版署「出手」，未成年人每週只能玩三小時網遊 | 中國商報 | 2021/08/31 |
| VR 產業奇點或至 科技巨頭競逐萬億級市場 | 經濟參考報 | 2021/08/31 |
| 文娛圈內如何看待「清朗行動」？他們也「苦流量久矣」 | 羊城晚報 | 2021/09/01 |
| 北京環球影城將正式開園 除了點燃文旅消費熱情還能帶來什麼 | 中國商報 | 2021/09/01 |
| 「給孩子們的大師講堂」 賦能青少年全面發展 | 中國經濟網 | 2021/09/01 |
| 廣電總局堅決抵制違法失德藝人及高片酬 要求不得播出偶像養成節目 | 央視新聞 | 2021/09/02 |
| 一張門票最高 748 元，北京環球影城一年能掙多少錢？ | 中新經緯 | 2021/09/02 |
| 先賣專輯再分批解鎖歌曲 音樂專輯賣「期貨」是否合適 | 中國消費者報 | 2021/09/02 |
| 暑期檔票房收入重回八年前 有影院龍頭趁機「抄底」 | 證券日報 | 2021/09/02 |
| 廣電總局：不得播出偶像養成類節目 | 新華網 | 2021/09/02 |
| 網路黑話的過去現在和將來 | 大眾日報 | 2021/09/02 |
| 整治藝人違法失德、「飯圈」亂象，主管部門釜底抽薪出八招 | 中國經濟網 | 2021/09/02 |
| 文旅部：網路表演經紀機構應當加強對簽約網路表演者的約束 | 中國經濟網 | 2021/09/02 |
| 數位音樂的生命力在於內容的高品質建設 | 中華工商時報 | 2021/09/02 |
| 大語文紀錄片《跟著書本去旅行》「行萬裡路」 | 中新經緯 | 2021/09/02 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---------------------------------------|-------------------|------------|
| “淨網”行動取締關閉網站 4800 餘個 處置違法違規帳號 800 餘萬個 | 中華人民共和國 國家廣電總局 | 2021/09/02 |
| 如何看待 PMI 指數回落 | 中國經濟網 | 2021/09/02 |
| 完美世界蕭泓接受 CGTN 採訪：5G 和雲遊戲會成為遊戲主流發展方向 | 中國經濟網 | 2021/09/03 |
| 演出票務系統行業標準來了，「黃牛票」會涼嗎 | 光明日報 | 2021/09/04 |
| 《掃黑風暴》片頭被曝侵權 究竟是誰的鍋？ | 中國新聞網 | 2021/09/04 |
| 《中國數位貿易發展報告 2020》發佈：我國數位貿易規模將持續擴大 | 中國經濟網 | 2021/09/05 |
| 「徒步」該去去網紅味兒 | 大眾日報 | 2021/09/07 |
| 劣跡藝人不讓演戲就能直播帶貨嗎 | 法治日報 | 2021/09/07 |
| 精彩紛呈服貿會 | 中國經濟網 | 2021/09/08 |
| 「野性消費」背後 Z 世代人群的新消費觀 | 東方網 | 2021/09/08 |
| 國家統計局：8 月份 CPI 同比上漲 0.8% 環比上漲 0.1% | 中國經濟網 | 2021/09/09 |
| 「淨網」行動取締關閉網站 4800 餘個 處置違法違規帳號 800 餘萬個 | 中新經緯 | 2021/09/09 |
| 騰訊、網易等遊戲企業和平臺被約談！回應來了 | 中新經緯 | 2021/09/09 |
| 文化和旅遊部召開加強文娛領域綜合治理工作電視電話會議 | 中華人民共和國 文化和旅遊部 | 2021/09/09 |
| 網遊平臺不能無底線意識 | 廣州日報 | 2021/09/10 |
| 下架！整改！停止遊戲陪玩！上海約談比心 APP | 中新經緯 | 2021/09/10 |
| 熄火？贈「元宇宙」熱收關注函 | 廣州日報 | 2021/09/10 |
| 辛識平：讓文娛領域天清氣朗 | 新華網 | 2021/09/11 |
| 廣電總局：抵制違法失德藝人利用網路平臺發聲出鏡 | 中華人民共和國 國家廣電總局 | 2021/09/11 |
| 多家藝人經紀公司註銷，含一線明星，後續能追責嗎？ | 中新經緯 | 2021/09/12 |
| 繞開監管的未成年人網路遊戲怎麼管？ | 央視新聞 | 2021/09/12 |
| 首屆 ECEA 東亞電競錦標賽圓滿落幕 | 中國經濟網 | 2021/09/13 |
| 「在地國風」：非遺「潮」起來，文物「活」起來 | 新華日報 | 2021/09/13 |
| 第二屆全球遊戲創意創新論壇在重慶舉行 | 中國經濟網 | 2021/09/13 |
| 多部委 10 天內數次發聲，娛樂圈迎來七大變化！ | 中國新聞網 | 2021/09/14 |
| 中共中央辦公廳 國務院辦公廳印發《關於加強網路文明建設的意見》 | 新華網 | 2021/09/14 |
| 鄉村振興背景下齊魯民間手工藝的創新發展路徑 | 中國文化報 | 2021/09/14 |
| 莫讓文化遺產成「文化遺憾」 | 中國經濟網 | 2021/09/14 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---------------------------------|------------|------------|
| 【市場監管】樂見環球影城開門迎客 | 中國經濟網 | 2021/09/15 |
| 北京一公司違規向未成年人提供網遊服務被罰 | 新華網 | 2021/09/15 |
| 搶票激烈！主題公園那麼多，北京環球影城憑啥火？ | 成都商報 | 2021/09/15 |
| 清朗網路生態，該給「飯圈」畫一個圈 | 解放日報 | 2021/09/16 |
| 2021 年「一帶一路」文化產業和旅遊產業國際合作重點項目公示 | 中國經濟網 | 2021/09/16 |
| 中國虛擬歌手洛天依獻唱北京冬奧會第二屆優秀音樂作品 | 消費日報 | 2021/09/16 |
| 實體書店成為市民身邊文化客廳 「書店+」讓老城書香更濃鬱 | 中國新聞網 | 2021/09/16 |
| 「清朗行動」之下，廣東互聯網企業履行平臺自律責任 | 羊城晚報 | 2021/09/17 |
| 脫口秀節目流行折射年青一代變化 | 中國文化報 | 2021/09/17 |
| 月餅變「網紅」 蘊藏新商業邏輯 | 文匯報 | 2021/09/18 |
| 「耳朵經濟」眾聲喧嘩，你也會選擇聽書嗎？ | 解放日報 | 2021/09/18 |
| 文旅融合，精品旅遊產業逆風飛揚 | 大眾日報 | 2021/09/18 |
| 商務部服貿司有關負責人就國家文化出口基地建設情況答記者問 | 中華人民共和國商務部 | 2021/09/18 |
| 第十八屆中國吳橋國際雜技藝術節：以線上線下聯動方式舉辦 | 新華網 | 2021/09/18 |
| 2021 中國（北京）國際精品陶瓷展覽會開幕 | 中國經濟網 | 2021/09/19 |
| 中希文明對話促進兩國關係發展 | 中國經濟網 | 2021/09/19 |
| 首屆中國（武漢）文化旅遊博覽會 11 月舉行 | 中國經濟網 | 2021/09/19 |
| 網紅書店如何紅得久 | 中國經濟網 | 2021/09/21 |
| 廣播電視行業組織聯合會：對違法失德失範藝人「零容忍」 | 中國經濟網 | 2021/09/21 |
| 文化和旅遊部：中秋假期旅遊收入超 371 億元 | 經濟參考報 | 2021/09/22 |
| 帶火文旅消費 北京環球影城登中秋全國最熱門景區榜首 | 北京日報 | 2021/09/22 |
| 《知識產權強國建設綱要（2021—2035 年）》發佈 | 科技日報 | 2021/09/23 |
| 恐怖暴力沒底線 未成年人照樣玩：重口味「劇本殺」潛藏風險 | 半月談 | 2021/09/23 |
| 「劇本殺」內容監管莫存盲區 | 新民晚報 | 2021/09/24 |
| 教育部發佈藝考改革最新政策 | 央視新聞 | 2021/09/24 |
| 第十七屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會開幕 | 科技日報 | 2021/09/24 |
| 遊戲工委聯合 213 家企業發佈《網路遊戲行業防沉迷 | 人民網 | 2021/09/24 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|---------|------------|
| 自律公約》 | | |
| 我國網信事業發展成就綜述：奮力譜寫網路強國建設精彩華章 | 中國經濟網 | 2021/09/24 |
| 《北京培育建設國際消費中心城市實施方案(2021—2025年)》出臺 | 北京市人民政府 | 2021/09/24 |
| 2021年世界互聯網大會烏鎮峰會舉行在即 兩個「首次」值得關注 | 中國經濟網 | 2021/09/24 |
| 數位創意產業釋放強勁活力 | 中國經濟網 | 2021/09/25 |
| 主題樂園是賺錢生意嗎 | 中國經濟網 | 2021/09/25 |
| 絲綢之路（敦煌）國際文化博覽會開幕 | 中國經濟網 | 2021/09/25 |
| 國潮別做歪生意 | 中國經濟網 | 2021/09/25 |
| 第八屆世界互聯網大會將開幕 eWTP 獲「攜手構建網路空間命運共同體最佳實踐」 | 中國經濟網 | 2021/09/25 |
| 鄉土小吃何以成網紅 | 中國經濟網 | 2021/09/26 |
| 用藝術點亮鄉村 | 中國經濟網 | 2021/09/26 |
| 全國文化企業 30 強：為人民奉獻高品質精神食糧 | 中國經濟網 | 2021/09/26 |
| 第三屆汶川熊貓 O2 生態音樂記開啟 | 中國網 | 2021/09/26 |
| 「藝術範」的鄉村有多美 | 中國經濟網 | 2021/09/26 |
| 讓讀書成為生活方式，讓書香成為家的味道 | 廣州日報 | 2021/09/27 |
| 下架《迪迦奧特曼》不是小題大做 | 河南日報 | 2021/09/27 |
| B 站陳睿：視頻化浪潮下中國會誕生上千萬名創作者 | 中國經濟網 | 2021/09/27 |
| 文旅三方觀察 大火的數位文旅未來將走向何方？ | 中國經濟網 | 2021/09/27 |
| 互聯網之光閃耀水鄉 | 光明日報 | 2021/09/27 |
| 烏鎮論道：流量不如「留量」，互聯網企業要常「照鏡子」 | 中國經濟網 | 2021/09/27 |
| 中山大學主辦 2021 海峽兩岸暨港澳互聯網發展論壇 | 中國經濟網 | 2021/09/28 |
| 第四批國家文化和科技融合示範基地名單公示 30 家或將入選！ | 中國經濟網 | 2021/09/28 |
| 吞金獸北京環球影城：投資 500 億、貸款 300 億，多久能回本？ | 時代週報 | 2021/09/28 |
| 聯合多位母音樂藝術家，騰訊音樂人"TME 數位藏品"即將上鏈 | 黨建網 | 2021/09/28 |
| 「聰明大腦」賦能，上海首個數位孿生博物館系統啟用 | 文匯報 | 2021/09/28 |
| 新華網《你好國漫人》第二期走進閱文動漫 | 中國經濟網 | 2021/09/29 |
| 江西：紅色文藝之花綻放時代光芒 | 光明日報 | 2021/09/29 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|-------------------|------------|
| 優秀傳統文創 IP 離我們還有多遠 | 大眾日報 | 2021/09/29 |
| 在山東，看到傳統文化更多打開方式 | 大眾日報 | 2021/09/29 |
| 三方面下功夫解決文化領域發展不平衡不充分問題 | 中國經濟網 | 2021/09/29 |
| 「獨家」不再是賣點 去獨家後音樂平臺怎樣發展？ | 人民日報 | 2021/09/29 |
| 《關於加強互聯網資訊服務演算法綜合治理的指導意見》出臺 | 中華人民共和國 文化和旅遊部 | 2021/09/30 |
| 首個全國夜遊經濟行業組織掛牌 | 中華工商時報 | 2021/09/30 |
| 為實現共同富裕凝聚文化力量 | 中國經濟網 | 2021/09/30 |
| 《數位經濟就業影響研究報告》發佈 數位平臺靈活就業潛力巨大 | 光明網 | 2021/09/30 |
| 國家智慧財產權局：到 2035 年 中國特色、世界水準的知識產權強國基本建成 | 央視網 | 2021/09/30 |
| 第四屆進博會正按計劃有序推進 簽約參展企業數量超過 2020 年 | 央視網 | 2021/10/01 |
| 第五屆中國戲曲文化周北京園博園開幕 遊園聽曲兩相宜 | 中國新聞網 | 2021/10/01 |
| 文化和旅遊部：演出活動不得使用造成惡劣社會影響的違法失德演員 | 新華網 | 2021/10/01 |
| 2020 年我國科幻產業總值達 551.09 億元 | 光明日報 | 2021/10/02 |
| 觀影、逛展、看演出 文化盛宴添彩國慶假期 | 人民網 | 2021/10/04 |
| 【節日市場探訪記】精品力作受青睞 | 中國經濟網 | 2021/10/04 |
| 2021 年國慶假期國內旅遊收入達 3890.61 億元 | 新華網 | 2021/10/07 |
| 文化和旅遊部部署加強執法監管 切實防止未成年人沉迷網路遊戲 | 文旅之聲 | 2021/10/08 |
| 國慶長假消費亮點紛呈 彰顯巨大內需潛力 | 經濟參考報 | 2021/10/08 |
| 取消超前點播是個好的開始 | 福建日報 | 2021/10/08 |
| 上海共接待遊客 1794 萬餘人次，一江一河、古鎮鄉村、紅色場館和主題公園受青睞 | 解放日報 | 2021/10/08 |
| 國慶長假期間上海接待遊客 1794.53 萬人次，上海旅遊節帶動消費 360.8 億元！ | 中國經濟網 | 2021/10/09 |
| 105 家企業簽網路遊戲行業防沉迷自律公約 | 北京日報 | 2021/10/09 |
| 長三角城市文化競爭力報告發佈 | 解放日報 | 2021/10/10 |
| 「遊運河 行大運」2021 北京（國際）運河文化節開幕 | 中國經濟網 | 2021/10/10 |
| 抗擊疫情的文化力量 | 中國經濟網 | 2021/10/10 |
| 河南廣電、阿里文娛達成戰略合作，線上線下打造中 | 中國經濟網 | 2021/10/11 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---------------------------------|-------|------------|
| 國文化精品 | | |
| CCTV16 即將開播！奧林匹克頻道開播上線專家座談會在京舉行 | 中國經濟網 | 2021/10/11 |
| 《長津湖》的高票房該捐嗎？背後有個問題更值得思考 | 上觀新聞 | 2021/10/12 |
| 上海自貿試驗區藝術季為第四屆進博會預熱 | 文匯報 | 2021/10/13 |
| 校園周邊莫大意 文化市場藏玄機 | 光明日報 | 2021/10/13 |
| 文化場館活動 展現多彩魅力 | 人民日報 | 2021/10/13 |
| 匠人匠心，敦煌有個「文化味」工匠村 | 人民網 | 2021/10/13 |
| 北京出臺《北京市大運河國家文化公園建設保護規劃》 | 中國經濟網 | 2021/10/13 |
| 網紅補稅 600 多萬元的警示意義 | 湖南日報 | 2021/10/13 |
| 鄭州追徵一網紅 600 多萬元稅款 網路主播補稅潮要來了？ | 成都商報 | 2021/10/13 |
| 「菜場秀」中有人扔菜 怎麼看 | 解放日報 | 2021/10/13 |
| 營造良好文化環境 加快建設文化強省 | 河南日報 | 2021/10/14 |
| 更好滿足人民精神文化需求 | 人民日報 | 2021/10/14 |
| 機場、商圈、街區皆有好戲，「秀」出城市軟實力 | 文匯報 | 2021/10/14 |
| 網路文學如何成為時代精神的載體 | 河北日報 | 2021/10/15 |
| 數位文化金融產業論壇在安徽蚌埠舉辦 | 中國經濟網 | 2021/10/15 |
| 太湖世界文化論壇首屆網路文藝論壇在安徽蚌埠舉辦 | 中國經濟網 | 2021/10/15 |
| 別讓「過度營業」透支了演員的價值 | 文匯報 | 2021/10/15 |
| 第五屆中國「網路文學+」大會舉辦 | 人民日報 | 2021/10/15 |
| 《長津湖》刷新國產電影多項紀錄 票房有望衝擊 50 億 | 人民日報 | 2021/10/15 |
| 數位化讓敦煌文物 永久保存，「雲」遊世界 | 科技日報 | 2021/10/15 |
| 廣東 7 天攬金過 200 億元—文旅消費人氣爆棚 | 中國經濟網 | 2021/10/16 |
| 文化消費季邀市民「沉浸」藝術京城 | 北京日報 | 2021/10/16 |
| 小吃為什麼能成網紅 | 中國經濟網 | 2021/10/16 |
| 中華版權代理有限公司助推《中國符號》走向世界 | 中國經濟網 | 2021/10/17 |
| 主題公園的「四化」發展之路 | 光明日報 | 2021/10/17 |
| 2021 年前三季度教育文化娛樂價格上漲 1.6% | 中國經濟網 | 2021/10/18 |
| 首屆「海浪新力量電影計畫」落幕，扶持青年電影人獲業界盛讚 | 中國經濟網 | 2021/10/18 |
| 征戰《指環王》遊戲，這次人工智慧學會了合作 | 科技日報 | 2021/10/18 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|-------------------|------------|
| 電影市場後勁足 | 中國經濟網 | 2021/10/18 |
| 瀋陽中街：特色文化與時尚並肩前行 | 中國經濟網 | 2021/10/19 |
| 文旅部公示首批國家級夜間文化和旅遊消費集聚區名單 | 中國經濟網 | 2021/10/19 |
| 「版權護航文化娛樂產業高品質發展」主題展舉辦 | 中國經濟網 | 2021/10/19 |
| 方曉丹：居民收入保持恢復性增長 居民消費支出繼續改善 | 中國經濟網 | 2021/10/19 |
| 太燃了！新晉「梅花獎」榜首樓勝 江城上演《臨江會》 | 武漢晚報 | 2021/10/19 |
| 創新打造文旅融合新地標 | 河南日報 | 2021/10/19 |
| 六部門聯合開展「百城千屏」超高清視頻落地推廣活動 | 中國電子報 | 2021/10/20 |
| 2021 中國（安陽）國際漢字大會開幕 | 中國經濟網 | 2021/10/20 |
| 西藏文化特色資料庫建立：搭建中國藏研學者文獻資源分享平臺 | 中國新聞網 | 2021/10/20 |
| 《文化和旅游部辦公廳關於簡化跨地區巡演審批程序的通知》政策解讀 | 中華人民共和國 文化和旅游部 | 2021/10/20 |
| 南海科技傳播中心成立 成功舉辦科學文化藝術創新發展論壇 | 中國經濟網 | 2021/10/20 |
| 文化自信讓中國風更顯時尚之美 | 人民日報 | 2021/10/20 |
| 文化遺產要守得住「活」起來 | 中國經濟網 | 2021/10/20 |
| 探索中國故事 厚植文化自信 | 宣講家網 | 2021/10/20 |
| 中國虛擬實境產業重要成果發佈 | 中國電子報 | 2021/10/20 |
| 重罰張恒對藝人經紀敲響警鐘 | 法治日報 | 2021/10/20 |
| 北京環球影城「滿月」調查：酒店「一房難求」 新店蓄勢待發 | 證券日報 | 2021/10/20 |
| 著力推動虛擬實境產業高品質發展 | 新華社 | 2021/10/20 |
| 106 項國產紀錄片、人才、機構獲廣電總局推優 | 新華網 | 2021/10/20 |
| 鄉鎮影院成江蘇票房新引擎 | 新華日報 | 2021/10/20 |
| 上海共接待遊客 1794 萬餘人次，一江一河、古鎮鄉村、紅色場館和主題公園受青睞 | 光明日報 | 2021/10/20 |
| 儒家經典《十三經注疏》亮相潘家園第三屆古舊書博覽會 | 中國經濟網 | 2021/10/20 |
| 既讓文物活起來 更讓文物火起來 | 光明日報 | 2021/10/20 |
| 優化版權生態 助力鄉村振興 | 遼寧日報 | 2021/10/20 |
| 專家熱議世界遺產走進生活 | 人民日報 | 2021/10/20 |

四、英國

近二個月 (2021/08/21-2021/10/20) 英國創意產業在整體產業方面的討論主要聚焦於出版產業、流行音樂產業、電視產業以及電視產業等。

在出版產業部分，英國出版商協會於 9 月公布 2020 年年鑑，顯示英國總印刷量下降 6% 至 34 億英鎊，總數位量成長 12% 至 30 億英鎊。2020 年英國出版產業前三大出口市場為美國、澳大利亞和德國，此三大出口市場的出口銷售收入均有所成長。然而，來自荷蘭、阿聯酋、西班牙和印度等其他市場的收入則呈現下降。

此外，智慧財產權局目前正在為英國智慧財產權框架的變更進行諮詢，提議內容之一國際耗盡原則 (international exhaustion) 將為英國的出版業帶來問題。在正式脫歐之後，英國有權重新制定智慧財產權法框架，包括是否沿用國際耗盡原則，而這可能對英國作家、出版商和整個圖書行業的經濟權益產生影響。預計可能造成出版業每年高達 22 億英鎊的損失，許多中小型企業將有生存困難，大規模的失業將不可避免。目前英國作家和出版商有權針對國際市場進行定價，並禁止出版品在未經授權的情況下重新進口到歐洲經濟區和英國國內。由於英國書籍在非歐洲經濟區的定價通常低於國內，故若修改國際耗盡原則，可能會影響一個國家的“平行進口” (parallel imports) 政策。

在音樂產業部分，英國政府啟動了價值超過 8 億英鎊的計畫，以支付與疫情相關的現場活動取消費用，此計畫將從 9 月開始實施，持續到 2022 年 9 月，預期這項措施，將可為音樂產業提供未來規劃所需的信心。

此外，關於音樂產業恢復成長的計畫，UK Music 提出了三項關鍵原則 (如下)，以確保音樂在疫情後盡快恢復。其中，專家小組認為永久降低餐飲增值稅稅率至關重要，目前增值稅優惠為 12.5%，但英國政府計劃在明年春天恢復 20% 的稅率，這將對該產業造成重大打擊。專家成員認為在疫情影響中，音樂產業至少需要三年時間才能恢復，像是 2020 年的停擺，就導致大型場館在 2020 年損失了 75% 的收入，並且 70% 的音樂人損失了至少 75% 的工作，故透過財政手段協助整體產業恢復將有其重要性。

- 透過提供資金使自由職業者能夠在疫情下盡快恢復、透過音樂教育創造機會以及進行投資來保護人才培育管道。
- 透過保護現場活動，以免活動受疫情中斷，再度影響相關廠商的收入；在該產業復甦的同時，擴大文化復興基金 (CRF)、永久降低餐飲服務的增值稅，並透過促進產業內的投資來帶動旅遊。
- 促使出口計劃的成功，包括 BPI 管理的音樂出口成長計劃 (MEGS) 和 PRS 基金會的國際展示基金 (ISF)，鼓勵國外出口和促進投資；同時引入財政激勵措施以增強該產業的出口潛力，如建立音樂出口辦公室等。

在電視產業部分，過去因疫情而推遲的項目正在重新投入生產，對電視內容的需求從未如此高漲。根據為電影和電視產業提供培訓的機構 ScreenSkills 的數據，顯示 2020 年英國電視節目 HETV 的支出約為 15 億英鎊。但目前在 2021 年第一季度已經創下了 8.78

億英鎊的歷史新高，預計未來幾年將增至 60 億英鎊。然而，更大的節目規模意味著需要更多的製作人員，目前 ScreenSkills 正在為大約 170 部作品提供培訓，幾乎是前幾年的兩倍，而且此數據僅為上半年的統計。同時，Netflix 也設立了一項名為 Grow Creative UK 的 120 萬英鎊計劃，今年將培訓 1,000 人，其中 Netflix 將向 London Screen Academy (英國倫敦電影學院) 捐贈 600,000 英鎊，此舉令人聯想到 Netflix 可能會在電影學校直接開啟職缺，並為學生提供有關學校創始人和合作夥伴 (包括 Netflix) 正在製作計畫的培訓。

英國政府正在考慮如何更好地平衡主流 VoD 服務和傳統電視公司之間的競爭環境，特別是在脫歐後，英國有機會制定適合英國觀眾的法規。依據 Ofcom 數據顯示，VoD 服務在英國的受歡迎程度和使用量大幅成長，自 2014 年至 2020 年間，訂閱 VoD 服務的家庭數量增加了近 350%。截至目前為止 (2021 年)，已有 75% 的英國家庭訂閱了 VoD 服務。但 Netflix、Amazon Prime Video 和 Disney+ 等服務在英國的監管程度與英國傳統電視頻道不同，這意味著對觀看傳統電視的觀眾和觀看 VoD 服務觀眾的現有保護之間存在差距。目前英國政府針對此事徵求產業意見，即 VoD 服務 (如 Netflix、Amazon Prime Video 和 Apple TV+ 等) 與傳統電視的內容標準規範可能將保持一致。

在創意產業出口部分，依據英國國際貿易部 (DIT) 的數據，英國 2019 年創意產業服務產生的出口額為 379 億英鎊，占英國服務出口總額的近 12%。像是英國作為世界第二大音樂出口國，2020 年出口值再度創歷史新高，比 2019 年成長 6% (5.197 億英鎊)。目前國際上對英國產品的需求正在增長，尤其是亞洲國家對高品質的英國商品和服務具有一定的需求。目前國際貿易部 (DIT) 正在制定一項的跨部門出口戰略，以推動經濟復甦並提升整個國家的水準，該戰略將於今年發布。

表 5-4、英國文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20)

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|-----------------|-----------|
| New owner could cut Channel 4' s Paralympics coverage, says ex chairman | The Guradian | 2021/8/22 |
| Anti-vaccine protesters occupy ITV News and Channel 4 headquarters | The Guradian | 2021/8/23 |
| Netflix UK Heads Of Film & TV Talk Commissioning Strategy, Overall Deals & Growth — Edinburgh | Deadline | 2021/8/23 |
| UK Screen Alliance safe working guidance updated | pact | 2021/8/23 |
| UK Music Unveils New Music Education Directory As Industry Guide Chalks Up 21st Year | UK Music | 2021/8/23 |
| Ofcom quits Stonewall LGBT+ scheme over 'risk of perceived bias' | The Guradian | 2021/8/25 |
| Applications open for the BFI London Film Festival 2021 Critics Mentorship Programme | BFI | 2021/8/25 |
| UK targets social media and gaming with new Children' s | Financial Times | 2021/8/25 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|------------------------|-----------|
| Code | | |
| BFI Distribution partners with Bohemia Media to release Rebel Dykes in the UK and Ireland | BFI | 2021/8/26 |
| UK films going to autumn festivals 2021 | BFI | 2021/8/26 |
| DCMS Sectors Economic Estimates 2019: Regional GVA | GOV.UK | 2021/8/26 |
| UK unveils post-Brexit global data plans to boost growth, increase trade and improve healthcare | GOV.UK | 2021/8/26 |
| BFI Southbank announces programme for 18 October to 30 November 2021 | BFI | 2021/8/27 |
| BFI and The Open University announce new partnership with a programme of short film courses | BFI | 2021/8/27 |
| British music festivals ready to rock despite high COVID-19 cases | reuters | 2021/8/28 |
| Hilary Mantel and William Boyd warn of book industry collapse if 'disgraceful' post-Brexit change goes ahead | Independent | 2021/8/29 |
| UK's publishing industry to be decimated if government changes copyright laws | Publishers Association | 2021/8/29 |
| Government to consult on better protections for UK audiences on video-on-demand services | GOV.UK | 2021/8/31 |
| Audience protection standards on Video-on-Demand Services | GOV.UK | 2021/8/31 |
| How Ofcom deals with TV and radio complaints | Ofcom | 2021/9/1 |
| Ofcom's decision on Good Morning Britain, ITV, 8 March 2021 | Ofcom | 2021/9/1 |
| National Data Strategy Forum | GOV.UK | 2021/9/2 |
| Arts Council announces Round 11 of Developing your Creative Practice - UK | funds for ngos | 2021/9/2 |
| Social media giants increase global child safety after UK regulations introduced | The Guradian | 2021/9/5 |
| Channel 4 opens new HQ in Leeds as it fights against privatisation | The Guradian | 2021/9/5 |
| Shortlist announced for £50k IWC Schaffhausen Filmmaker Bursary Award in association with the BFI | BFI | 2021/9/5 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|------------------------|-----------|
| Latest telecoms and pay-TV complaints revealed | Ofcom | 2021/9/6 |
| UK City of Culture 2025: full application guidance | GOV.UK | 2021/9/7 |
| The Guardian view on changes to copyright law: book lovers beware | The Guradian | 2021/9/7 |
| First full series programme announced for 65th BFI London Film Festival | BFI | 2021/9/7 |
| Full programme announced for 65th BFI London Film Festival | BFI | 2021/9/7 |
| UK CREATIVE FESTIVAL & CAREERS FAIR | dreamland | 2021/9/8 |
| UK broadcasters cut spending on British shows to lowest point in decade | The Guradian | 2021/9/8 |
| Social mobility in the creative economy: Rebuilding and levelling up? | pec.ac | 2021/9/9 |
| UK launches data reform to boost innovation, economic growth and protect the public | GOV.UK | 2021/9/9 |
| Young Audiences Content Fund sees recommissions of Teen First Dates, How and Don' t Unleash the Beast as latest slate announced | BFI | 2021/9/9 |
| Copying China's gaming ban would harm UK children, warns BCS expert | bcs | 2021/9/9 |
| Creative Growth Finance invests £500,000 in award-winning UK independent production company, EMU Films | creative england | 2021/9/10 |
| The British Museum annual report and accounts 2020 to 2021 | GOV.UK | 2021/9/10 |
| The National Lottery Heritage Fund Annual Report and Accounts 2020-21 | GOV.UK | 2021/9/10 |
| Publishers Association Yearbook 2020 released | Publishers Association | 2021/9/10 |
| Theatres not affected by Scottish Covid passport scheme, government confirms | The Stage | 2021/9/10 |
| Emma Raducanu' s US Open final to be shown free-to-air in UK on Channel 4 | The Guradian | 2021/9/11 |
| Arts shows star in new Radio 4 line-up after storm at axing of film programme | The Guradian | 2021/9/11 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|--------------|-----------|
| Streaming demand for UK shows will create 30,000 film and TV jobs | The Guradian | 2021/9/12 |
| Scientists identify key conditions to set up a creative ‘hot streak’ | The Guradian | 2021/9/13 |
| BBC Radio 4 to extend Front Row and launch new arts programmes | The Stage | 2021/9/13 |
| Creative diversity at risk without urgent change – parliamentary report | The Stage | 2021/9/13 |
| IPA firmly supports ongoing public ownership of Channel 4 | IPA | 2021/9/14 |
| Channel 4 privatisation ‘could shut up to 60 production companies’ | The Guradian | 2021/9/14 |
| Free workshops launched to support Middle Eastern and North African artists | The Stage | 2021/9/14 |
| EffWorks Global 2021: Four days of unrivalled research and insight | IPA | 2021/9/15 |
| New IPA survey reveals industry’s marketing effectiveness levels | IPA | 2021/9/15 |
| Pact launches Nations & Regions Talent and Diversity resources | pact | 2021/9/15 |
| Loneliness Engagement Fund | GOV.UK | 2021/9/15 |
| New rules to protect ‘distinctively British’ public service broadcasting | GOV.UK | 2021/9/15 |
| ‘Cake’ mentioned 10 times more than ‘climate change’ on UK TV – report | The Guradian | 2021/9/15 |
| Oliver Dowden restates his claim Channel 4 would benefit from privatisation | The Guradian | 2021/9/15 |
| £5m fund to support individual arts workers in Northern Ireland | The Stage | 2021/9/15 |
| New IPA survey reveals industry’s marketing effectiveness levels | IPA | 2021/9/16 |
| DCMS workforce management data: Financial Year 2021 to 2022 | GOV.UK | 2021/9/16 |
| BBC Three set to return as TV channel after Ofcom gives green light | The Guradian | 2021/9/16 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|------------------------|-----------|
| BBC braced for more budget cuts as new licence fee deal nears | The Guradian | 2021/9/16 |
| New free performance database aims to diversify UK touring circuit | The Stage | 2021/9/16 |
| ACE to focus on 54 'priority places' in bid to rebalance arts investment | The Stage | 2021/9/16 |
| Don' t let Channel 4 fall into private hands | The Guradian | 2021/9/17 |
| Publishers Association launch author data collection toolkit | Publishers Association | 2021/9/17 |
| BFI Film Academy celebrates 10 years of supporting the next generation of filmmakers | BFI | 2021/9/18 |
| Britain' s broadcast media is too valuable to be the toy of politicians and moguls | The Guradian | 2021/9/20 |
| Digital Secretary Nadine Dorries' London Tech Week keynote speech | GOV.UK | 2021/9/20 |
| DIT announces new package of measures to support the UK's creative industries | pact | 2021/9/20 |
| Electronic Arts completes \$1.4bn deal to buy UK video games maker Playdemic | The Guradian | 2021/9/20 |
| Channel 4 Is Resurrecting GamesMaster, The UK's Most Popular Video Game TV Show | nintendolife | 2021/9/20 |
| Government celebrates trade success of UK creative industries with new export help announcements | GOV.UK | 2021/9/21 |
| Govt hosts UK creative industries to help drive post-Brexit exports | campaign | 2021/9/21 |
| Creative UK Group announces new members of its UK Council | Business Leader | 2021/9/21 |
| Government Announces New Export Help for the UK' s Creative Industries | SBID | 2021/9/21 |
| The Guardian view on the government and the BBC: an endless war of attrition | The Guradian | 2021/9/21 |
| BBC director general welcomes proposals for 'distinctly British' content | The Guradian | 2021/9/21 |
| Universal Music Group shares surge in £110m bonus for Lucian Grainge | The Guradian | 2021/9/21 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|--------------------------|-----------|
| Britain's 'gigaboom' brings next-generation broadband to 1 in 2 premises | GOV.UK | 2021/9/21 |
| New ten-year plan to make the UK a global AI superpower | GOV.UK | 2021/9/22 |
| £800 million Reinsurance Scheme officially opens to help give festivals, conferences and live events cover to plan with confidence | GOV.UK | 2021/9/22 |
| Britons getting less tolerant of racist language on TV, Ofcom finds | The Guradian | 2021/9/22 |
| UK government calls for music industry review | Financial Times | 2021/9/22 |
| UK GOVERNMENT TAKES NO LEGISLATIVE ACTION FOLLOWING MAJOR-BASHING REPORT INTO MUSIC INDUSTRY'S STREAMING ECONOMICS | Music Business Worldwide | 2021/9/22 |
| Culture secretary urged to tackle bullying and harassment in creative industries | The Stage | 2021/9/22 |
| Public attitudes towards offensive language on TV and radio revealed | Ofcom | 2021/9/22 |
| Our research into offensive language on TV and radio – why we do it and why it matters | Ofcom | 2021/9/22 |
| Executive summary | GOV.UK | 2021/9/23 |
| Adobe forms UK Creative Council with Riz Ahmed | The Drum | 2021/9/24 |
| UK Music Unveils Blueprint To Boost Growth And Jobs In Covid-hit Music Industry | UK Music | 2021/9/24 |
| Channel 4 goes off-air after outage caused by technical problem | The Guradian | 2021/9/25 |
| Sky added £3,000 to pensioner's bill but sent statements to late wife | The Guradian | 2021/9/26 |
| BFI London Film Festival to showcase new episodic programming | pact | 2021/9/27 |
| 5G and the Creative Industries: Gaming | ktn | 2021/9/27 |
| Industry programme announced for 65th BFI London Film Festival | BFI | 2021/9/27 |
| Government urged to reconsider imminent VAT rise and support live industries | The Stage | 2021/9/27 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|--------------|-----------|
| India and UK creative industries and cultural heritage engagement | UKRI | 2021/9/28 |
| New UK broadband rules will make it easier to switch supplier | The Guradian | 2021/9/28 |
| Music Lovers Turn Out In Force At Labour Conference To Hear Expert Panel Outline Covid-19 Recovery Plans | UK Music | 2021/9/28 |
| BBC may lose London Marathon TV rights as organisers consider options | The Guradian | 2021/9/28 |
| Diversity in top media jobs is 'woeful', says Ofcom | The Guradian | 2021/9/29 |
| Broadcasters facing diverse talent drain | Ofcom | 2021/9/29 |
| BPI announces next Insight Session 'Match of the Day: The Intersection of Music & Professional Sport' | BPI | 2021/9/30 |
| UK arts councils pilot international collaboration fund | The Stage | 2021/9/30 |
| New £20 million fund launched for cultural capital works | The Stage | 2021/9/30 |
| 2021 set to be the best year for new British groups in over a decade as Wigan four-piece The Lathums join growing list of homegrown breakthroughs | BPI | 2021/10/1 |
| Competition juries announced for the 65th BFI London Film Festival | BFI | 2021/10/3 |
| Who gets to define 'Britishness' when making TV? Not people of colour, that's for sure | The Guradian | 2021/10/3 |
| A broken record: why music TV deserves more than Jools Holland | The Guradian | 2021/10/4 |
| International filmmakers and stars confirmed to attend the 65th BFI London Film Festival | BFI | 2021/10/4 |
| Channel 4 privatisation could put us out of business, say TV production firms | The Guradian | 2021/10/5 |
| The BBC needs to get much better at defending itself | The Guradian | 2021/10/5 |
| BBC 'a great national institution', says Boris Johnson | The Guradian | 2021/10/5 |
| UK Government supports UK film and TV on global stage | GOV.UK | 2021/10/5 |
| Channel 4 privatisation could put us out of business, say TV production firms | The Guradian | 2021/10/5 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|-----------------|------------|
| UK Global Screen Fund makes 18 further awards totalling almost £1m to support independent UK film and screen content | BFI | 2021/10/5 |
| Edinburgh's C Venues launches year-round international digital platform | The Stage | 2021/10/5 |
| BFI London Film Festival trail | BFI | 2021/10/6 |
| Delegates Pack UK Music Conference Event To Hear Expert Panel Outline Music Industry's Post-Covid Recovery Plans | Uk Music | 2021/10/6 |
| Full National Album Day 2021 plans revealed! | BPI | 2021/10/6 |
| Self-isolation exemption reintroduced for performing arts workers | The Stage | 2021/10/6 |
| Campaign urges theatres to support emerging stage managers | The Stage | 2021/10/6 |
| TV channel Loveworld fined £25,000 for broadcasting harmful Covid-19 content | Ofcom | 2021/10/6 |
| Paul Roseby: Youth theatres face greater demand due to schools arts cuts | The Stage | 2021/10/7 |
| Playing our part in improving diversity in broadcasting | Ofcom | 2021/10/7 |
| UK City of Culture 2025 longlist revealed | GOV.UK | 2021/10/8 |
| BBC payout for designer 'scapegoated' over Bashir's Diana interview | The Guradian | 2021/10/8 |
| Financial Stability in Focus: The corporate sector and UK financial stability | Bank of England | 2021/10/8 |
| Warnings distinctly British children's TV could vanish if subsidy ends | The Guradian | 2021/10/9 |
| UK Music Calls On Government To Support Moves For 'Swifter and Greater Progress' To End Gender Pay | Uk Music | 2021/10/11 |
| UK journalist wins £80k damages after being hired 'to smear' UAE and Egypt critics | The Guradian | 2021/10/11 |
| The advertising industry is fuelling climate disaster, and it's getting away with it | The Guradian | 2021/10/11 |
| Theatres abandoning digital to return to in-person shows, research finds | The Stage | 2021/10/11 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|----------------------------|------------|
| Two thirds of women in theatre have considered leaving due to pandemic – report | The Stage | 2021/10/11 |
| Share of Search represents 83% of a brand’ s Share of Market on average | IPA | 2021/10/12 |
| Enders Analysis/IPA report reveals new rules of engagement for marketers | IPA | 2021/10/12 |
| Talent-drain crisis as skilled theatre workers move to film and TV | The Stage | 2021/10/12 |
| The marketer’ s guide to AR: 7 rules of engagement | The Drum | 2021/10/13 |
| Major art organizations come together to highlight barriers to industry access | The Drum | 2021/10/13 |
| UK music industry is 'rooted' in systemic racism, reveals survey | GBN BRITAIN'S NEWS CHANNEL | 2021/10/13 |
| 63% of Black musicians have experienced racism in the UK music industry, says new report | classic fm | 2021/10/13 |
| Online advertising is not the enemy of effectiveness | IPA | 2021/10/13 |
| Government 'misleading' industry with latest EU touring claims | The Stage | 2021/10/13 |
| Edinburgh festivals announce climate change action plan | The Stage | 2021/10/13 |
| Marlborough Productions announces £37k in grants for LGBT+ artists | The Stage | 2021/10/13 |
| Brand purpose skeptics take a ‘very different story’ from Peter Field’ s IPA study | The Drum | 2021/10/14 |
| UK creative talent made us and saved us; now it’ s time to repay the favor | The Drum | 2021/10/14 |
| BFI research finds less than a quarter of 4- to 18-year-olds believe UK television represents them | BFI | 2021/10/14 |
| London’ s Royal Docks to become cultural quarter, creating thousands of jobs | The Stage | 2021/10/14 |
| BBC updates guidelines in bid to stamp out harassment and bullying on set | The Stage | 2021/10/14 |
| Headlong and TikTok join forces for young artists’ horror project | The Stage | 2021/10/14 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|------------------------|------------|
| Netflix paid just £4m in UK corporation tax on £1.15bn from British subscribers | The Guradian | 2021/10/15 |
| Publishing industry makes sustainability pledge | Publishers Association | 2021/10/15 |
| UK Music Help Celebrate Women In Music Ahead Of National Album Day | Uk Music | 2021/10/15 |
| Theatremaker launches talent agency dedicated to neurodivergent artists | The Stage | 2021/10/15 |
| Performers back campaign to help marginalised young people into the arts | The Stage | 2021/10/15 |
| Ofcom update on Channel 4 access services | Ofcom | 2021/10/15 |
| The Annual BPI Classical Committee / PPL quiz in aid of Nordoff Robbins returns | BPI | 2021/10/18 |
| Nationwide, ITV & Wavemaker in three-pronged bid to decarbonize UK homes | The Drum | 2021/10/18 |
| A Third of Jobs in U.K. Music Were Lost During Pandemic, Industry Body Calls for Urgent Government Action | Variety | 2021/10/18 |
| 石黑一雄等兩千餘名作家發表聯名信，保護英國作家版權 | 北京新浪網 | 2021/8/3 |

五、美國

近期 (2021/08/21-2021/10/20) 美國新聞主要包含藝術市場以及各版權產業 (包含出版、音樂、電影、電視等) 之近期動態消息。

首先在藝術市場方面，2020/21 為當代藝術領域拍賣最好的一年，主要原因包括 NFT 的轟動性推動，以及非常年輕之藝術家作品的驚人價格，這兩者似乎深刻改變藝術市場。隨著倫敦 Frieze 和巴黎 FIAC 重新開放，當代藝術部門迎來歷史佳績，營業額占整體藝術市場 23%，總成交額為 27 億美元，較上年 (2019/20) 成長 117%。成交額方面，佳士得 (Christie's) (占 32%)、蘇富比 (Sotheby's) (占 26%) 及富藝斯 (Phillips) (10%) 共占全球總成交額的三分之二。而在經歷疫情衝擊後，中國、香港和臺灣在 2021 年上半年表現出色，市場向東方轉的現象再次穩固。

此外，包括佳士得和蘇富比在內的傳統拍賣行已經迅速接受 NFT。蘇富比 10 月推出了自己的 NFT 平台，被稱為「蘇富比元宇宙 (Sotheby's Metaverse)」，由技術新創公司 Mojito 支持 (Mojito 是一家構建 NFT 平台)，除了來自蘇富比團隊的精選 NFT，也開放用戶使用法幣、以太幣 (ETH)、比特幣 (BTC)、美元穩定幣 USDC 購買 NFT。

在出版產業方面，美國出版商協會 (AAP) 近月間發表了 2020 年的全年回顧統計報告，2020 年度圖書出版業總收入為 257.1 億美元，較 2019 年下降 0.2%。其中，消費類圖書成長 6.0% 達到 166.7 億美元；電子書在首度出現正成長 (11.7%)，達 21.2 億美元；有聲書下載量則持續成長，較 2019 年成長 13.2% 達 14.2 億美元。此外，受 COVID-19 疫情影響，2020 年實體書店客流量低，實體零售書店營業額下降 11.3%，達 51.3 億美元；圖書出口市場也下降 2.8% 至 12.7 億美元。

針對今年上半年的統計報告則指出，2021 年 1 月至 6 月的總收入為 63 億美元，6 月收入較年初成長 18%，AAP 認為所有類別的總收入「基本持平」。然根據 NPD BookScan 的報告，2021 年第三季圖書銷售降溫，印刷書籍的單位銷售額較去年同期減少了 2%。

音樂產業方面，美國唱片業協會 (RIAA) 的報告發現 2021 年上半年錄製音樂的總收入與 2020 年同期相比成長 27%，至 71 億美元。其中，串流媒體占唱片音樂收入的 84%，較上年同期成長 26%；付費訂閱收入同比成長 25%，廣告支持的收入則成長了 54.3%。另外，報告也指出黑膠唱片收入相較上年同期大幅成長 94%，達到 4.674 億美元。可藉此觀察出黑膠唱片及串流媒體持續成長。

另一方面，近月可見促進美國音樂從業生態改變的消息。唱片公司索尼音樂 (SONY Music) 為了促進簽約人才的健康，於 10 月發表聲明表示推出了一項對藝術家協助計劃，重點是透過提供諮詢服務，以解決壓力、焦慮、抑鬱、悲傷、家庭和人際關係等問題。未來將可能擴大援助，如與藝術家組織和工會合作，提供符合條件的醫療保健、退休服務等。此外，國家錄音藝術科學學院 (Recording Academy) 在 10 月發表正式文件，將公開發布完整的「包容性附加條款」，以透過合約約束要求第 64 屆格萊美獎頒獎典禮的前

後台招募選拔更多樣化的候選人和工作人員。此改變來自包含 Color Of Change 和多個團體在內發起的倡議#ChangeMusic，期望改變長期結構性歧視的問題。

電視產業方面，根據 Comscore 報告顯示，自 2020 年 1 月至 2021 年 6 月為止，共 8240 萬家戶（新增 1470 萬家戶）觀看 OTT 內容，每月觀看總時長成長 21%，平均觀看時數達 100 小時。觀看量前五名平臺分別為 Netflix（26%）、YouTube（21%）、Amazon Video（9%）、Hulu（13%）及 Disney+（4%）。此外，比較本屆艾美獎得獎數量，Netflix 首次成為艾美獎上獲獎最多的平臺，共拿下 44 個獎項，其次為 HBO / HBO Max、Disney +、Apple TV + 分別拿下 19、14、10 個獎項，可見 OTT 平臺勢不可擋。

電影產業方面，迪士尼公司宣布 2021 年其餘電影皆會在電影院上映之後才會上架串流媒體。另外，北美疫情雖然趨緩，電影院票房除「黑寡婦」、「玩命關頭 9」等大片票房表現不俗之外，其餘仍呈現疲軟之勢。可能與民眾在疫情期間不用出門就能觀賞大片的習慣有關，未來如何讓民眾踏出家門進電影院觀賞電影，勢必是片商需解決的燃眉之急。

近月間，影視產業最大新聞事件為好萊塢工作人員罷工。自 5 月以來，國際戲劇舞台成員聯盟（IATSE）與電影電視製片人聯盟（AMPTP）一直在針對新的三年工會合約進行談判，主要爭議點在於，Netflix、Apple、Amazon 等大平台在內容製作的影響力和製作預算已然等同好萊塢，卻引用既有協議中的「新媒體」身分，以較低的薪資標準支付工作人員酬勞，加上因 COVID-19 疫情管制措施在影視製作環境中發生的諸多爭議事件，故期望爭取更合理的勞動條件，包括更高的工資、合理的休息時間、更安全的工作時間和有保障的用餐時間等。然 IATSE 在艾美獎隔日宣布與 AMPTP 的勞動協議談判破裂，IATSE 會員投票以 90% 壓倒性支持工會罷工，而後演員工會-美國電視和廣播藝人聯合會（SAG-AFTRA）、美國編劇工會（Writers Guild of America）等其他好萊塢工會陸續表示支持，最終雙方趕在 10 月 16 達成協議，避免一場大規模罷工。

表 5-5、美國文化產業情勢動態（2021/08/21-2021/10/20）

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|-------------------------|------------|
| The Industries That Drive the Art Market | artsy | 2021/08/22 |
| Global Scientific & Technical Publishing Market Report 2021-2025: Top Six Hold 46.7% of Scientific & Technical Publishing Market - ResearchAndMarkets.com | yahoo! finance | 2021/8/23 |
| MPA Chairman-CEO Charles Rivkin At CinemaCon: "Unity Has Helped Us Prevail Through This Pandemic" | Deadline | 2021/08/24 |
| MPA, NATO Chiefs Vow Theaters Will Return: 'We All Love a Comeback Story' | MPA | 2021/08/24 |
| AAP June 2021 Statshot Report: Publishing Industry Up 0.2 % For Month, And 18.1% Year To Date | MPA | 2021/08/24 |
| AAP StatShot: US Industry Up 18.1 Percent, January to June, Year to Date | Publishing Perspectives | 2021/08/24 |
| Delaware Lt. Governor Bethany Hall-Long Receives 2021 | Americans for the | 2021/08/25 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|-------------------------|------------|
| Public Leadership In The Arts Award For State Arts Leadership | arts | |
| American Film Market Goes Virtual for Second Year in a Row | Variety | 2021/08/26 |
| American Film Market pivots to online event for 2021 | British cinematographer | 2021/08/27 |
| Statement on Copyright Office Analysis of State e-lending Developments | AAP | 2021/08/31 |
| Google appeals against €500m French fine in news copyright dispute | The Guardian | 2021/09/01 |
| Statement from Motion Picture Association Chairman and CEO Charles Rivkin on Fran Drescher's Election Victory for President of SAG-AFTRA | MPA | 2021/09/03 |
| BMI Reports Record Revenue, Distributions in FY 2021 As Domestic Digital Licensing Income Jumps 47% | Digital Music News | 2021/09/08 |
| The U.S. Recorded Music Industry Grew 27% During 2021's First Half — As Vinyl Revenue Nearly Doubled | Digital Music News | 2021/09/13 |
| Disney+ is killing the blockbuster movie with its identikit mega-hits | The Guardian | 2021/09/15 |
| YouTube Exec Says 25% of All Viewer Hours Are Spent on Music — For Over 250 Million Hours of Music Consumption Daily | Digital Music News | 2021/09/15 |
| 23 Gripping Book Industry Statistics [2021]: Facts About The Us Book Industry | ZIPPA | 2021/09/15 |
| Creative Forces Community Engagement Grants Now Available | Americans for the arts | 2021/09/17 |
| Nike and Amazon among brands advertising on Covid conspiracy sites | The Guardian | 2021/09/18 |
| Universal Music Group's IPO Is Upon Us — Here's Everything You Need to Know | Digital Music News | 2021/09/20 |
| AAP Issues Call for Entries for 2022 PROSE Awards for Outstanding Scholarly Books, Nonfiction Graphic Novels, Journals, Reference Works, and E-Products | AAP | 2021/09/20 |
| Universal Music Group Stock Surges 35% From Reference Price During First Day On the Euronext Amsterdam | Digital Music News | 2021/09/21 |
| Universal Music chief predicts billions of dollars of growth from digital listening | The Guardian | 2021/09/21 |
| Pre-Market Moves Elevate Warner Music Group Stock to Record High Following Universal Music IPO | Digital Music News | 2021/09/21 |
| Universal Music Group IPO Shares Surge In Early Trading as Valuation Tops \$50 Billion | Digital Music News | 2021/09/21 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|---------------------------------|------------|
| Warner Music-Backed Dapper Labs Completes \$250 Million Funding Round, Drawing Support From Andreessen Horowitz and Google | Digital Music News | 2021/09/22 |
| MPA Launches Law and Policy Fellowship for HBCU Grads | The Hollywood Reporter | 2021/09/28 |
| MPA, College Outreach Program Launch Program To Boost Diversity In Entertainment Law And Policy | Dealine | 2021/09/28 |
| MPA & EICOP Launches New Diversity Initiative to Expand Opportunities for Minorities in Entertainment Law and Policy | Blackfilm.com | 2021/09/28 |
| New Diversity Initiative to Expand Opportunities for Minorities in Entertainment Law and Policy Launched by the Motion Picture Association and the Entertainment Industry College Outreach Program | MPA | 2021/09/28 |
| Blockchain-Based Music Distribution Company Blarecast Systems Completes ‘Multi-Million’ Dollar Seed-Funding Round | Digital Music News | 2021/09/30 |
| Sony Music Unveils ‘Artist Assistance’ Counseling Services | Variety | 2021/09/30 |
| Music Publishing in the US - Market Size 2005–2027 | IBISworld | 2021/09/30 |
| A “historic” NFT collection is on sale at Christie’s | yahoo! finance | 2021/10/01 |
| The Round Hill Music Royalty Fund Spent \$342 Million On 38 Song Catalogs, Financial Report Reveals | Digital Music News | 2021/10/1 |
| Sony Pictures Television Channels in Central and Eastern Europe Sold to Antenna Group (EXCLUSIVE) | Variety | 2021/10/01 |
| NBCU and YouTube TV Clinch New Agreement, No Price Increase for Streaming Service | Variety | 2021/10/02 |
| Agents for Recovery—Going Local with Federal Arts Spending | National Endowment for the Arts | 2021/10/04 |
| WHITE HOUSE RELEASES PROCLAMATION ON NATIONAL ARTS & HUMANITIES MONTH | Americans for the arts | 2021/10/04 |
| Warner Music Strikes Deal with Community for Direct-to-Fan Texting Platform | Digital Music News | 2021/10/04 |
| Artprice by Artmarket publishes its 2020/21 Contemporary Art Market Report. With Frieze and FIAC soon re-opening, the Contemporary art market has grown 2,700% in volume over the last 21 years and 117% within the last 12 months, essentially driven by NFTs | yahoo! finance | 2021/10/05 |
| Hollywood production crews vote to authorise first ever strike | The Guardian | 2021/10/05 |
| Motion Picture Association Receives Spanish National Police | MPA | 2021/10/05 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|------------------------|------------|
| Merit Cross with Distinction for Content Protection Efforts | | |
| YouTube Music Is Releasing Background Listening For Free Users — Starting in Canada | Digital Music News | 2021/10/05 |
| For Americans, Radio Is No Longer the Dominant Music Discovery Medium | Digital Music News | 2021/10/05 |
| Disney, WarnerMedia Have Big Goals for Hockey: New TV Audiences | Variety | 2021/10/05 |
| REQUEST REGISTRATION SUPPORT FOR THE NATIONAL ARTS MARKETING PROJECT CONFERENCE | Americans for the arts | 2021/10/06 |
| Spotify's New Music Friday Playlist Favors Indie and Women Artists, According to New Study | Variety | 2021/10/06 |
| MONUMENT LAB AND MELLON LAUNCH THE NATIONAL MONUMENT AUDIT | Americans for the arts | 2021/10/07 |
| ony Music launch the Artists Assistance programme | MR. Afterparty | 2021/10/07 |
| AT&T funds rightwing channel One America News, Reuters reveals | The Guardian | 2021/10/07 |
| Charles Rivkin Remarks for Boxoffice Magazine Event, Paris | MPA | 2021/10/08 |
| Blackstone Is About to Drop \$1 Billion on Music Copyrights — With Merck Mercuriadis Managing the Fund | Digital Music News | 2021/10/08 |
| Fox News celebrates 25th anniversary as critics point to network's dark history | The Guardian | 2021/10/08 |
| A Cooler Third Quarter for Book Sales | publishersweekly | 2021/10/08 |
| Book Publishing Revenues Flat at \$25.71 Billion For The Year | AAP | 2021/10/08 |
| Digital Disruption Shifts TV Sales Plans at Markets Like Mipcom | Variety | 2021/10/08 |
| Hollywood Leaders Need to Hear What IATSE Is Really Asking For | Variety | 2021/10/11 |
| Moonbug Entertainment Pulls In \$53.8M In Revenue for 2020 | Digital Music News | 2021/10/11 |
| IATSE Says Studios Refusing to Do What Is Needed to Avoid a Strike | Variety | 2021/10/12 |
| Blackstone Officially Invests \$1 Billion In Music Rights, Takes Ownership Stake In Hipgnosis Song Management | Digital Music News | 2021/10/12 |
| Latin Music Half-Year Revenue Surpasses \$400 Million Amid Continued Double-Digit Streaming Growth | Digital Music News | 2021/10/12 |
| Royalties firm behind Beyoncé and Blondie strikes \$1bn deal to pursue music rights | The Guardian | 2021/10/12 |
| Digital Age of Television Offers Format Creators Opportunities for Innovation | Variety | 2021/10/12 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|---|------------------------|------------|
| Paramount Plus Readies for Europe Launch: ‘We’d Love to Unseat Netflix’ – Mipcom | Variety | 2021/10/12 |
| New York Commercial Real Estate Rides Production Boom | Variety | 2021/10/12 |
| IATSE Sets Strike Date for 60,000 Film and Television Workers, Ratcheting Pressure on Studios | Variety | 2021/10/13 |
| Art house Sotheby’s launches curated NFT platform called ‘Sotheby’s Metaverse’ | The Block | 2021/10/14 |
| Netflix and Unesco search for African film-makers to ‘reimagine’ folktales | The Guardian | 2021/10/14 |
| Spirit Music Group Owner Lyric Capital Launches \$500 Million Catalog Fund With Northleaf | Digital Music News | 2021/10/14 |
| Fox Launches NFT Platform for ‘The Masked Singer’ Digital Collectibles | Digital Music News | 2021/10/14 |
| ‘We are not machines’: Hollywood workers poised to strike for better conditions | The Guardian | 2021/10/15 |
| Film and TV Crews Pack Up Their Tools in Anticipation of a Strike | Variety | 2021/10/15 |
| NMPA Says Streaming Services Are Demanding ‘The Lowest Royalty Rates in History’ — Let the Negotiations Begin | Digital Music News | 2021/10/15 |
| Music Industry Moves: Downtown Music Promotes Three | Variety | 2021/10/15 |
| Publishers Ask Copyright Royalty Board for Major Streaming Increase, DSPs Want ‘Smallest Rates in History,’ Fiery Words Ensur | Variety | 2021/10/15 |
| The expanding world of TV: how YouTube aims to boost brands across CTVs | The Drum | 2021/10/15 |
| Netflix fires employee trans activist for allegedly leaking internal documents | The Guardian | 2021/10/16 |
| Hollywood Strike Averted As IATSE & AMPTP Reach Deal On New Film & TV Contract | Deadline | 2021/10/16 |
| Denver activist aims to spark Black cultural renaissance | AP news | 2021/10/17 |
| As Global Streamers Hunt for the Next ‘Squid Game,’ Top TV Producers Are Doubling Down on International Drama | Variety | 2021/10/17 |
| Going Local With Federal Arts Spending | Americans for the arts | 2021/10/18 |
| Motion Picture Association Expands Sponsorship of Latin American Training Center-LATC’s Online Global Film and TV Program | MPA | 2021/10/18 |
| Sony Pictures Entertainment to Sell GSN Games Division to Scopely for \$1 Billion | Variety | 2021/10/18 |

| 標題 | 來源 | 日期 |
|--|---------|------------|
| Apple Music Is Launching a Voice-Only Siri Plan for \$4.99 per Month | Variety | 2021/10/18 |
| Kobalt Sells Fund II, With Songs by the Weeknd, Lorde and More, to KKR Venture for \$1.1 Billion | Variety | 2021/10/18 |
| Netflix Talent to Support Employee Protest of Dave Chappelle | Variety | 2021/10/18 |
| Michael J. Fox on Raising \$1 Billion to Help Find Parkinson's Cure: 'I Won't Stop Until It Happens' | Variety | 2021/10/18 |
| Comcast Goes Over the Top With Launch of XClass TV, Its First TV Sets in the U.S. | Variety | 2021/10/19 |
| AMC Networks, Advertisers, Experiment With Programmatic Linear TV Buys | Variety | 2021/10/19 |
| Variety Teams With Twitter to Launch Trending TV Charts | Variety | 2021/10/19 |
| Spotify Adds Virtual Merch Tables for Music Artists in Pact With Shopify | Variety | 2021/10/20 |
| AAP Applauds Senate Introduction of the American Innovation and Choice Online Act | AAP | 2021/10/20 |
| How Will the Grammy Rule Changes Impact This Year's Nominations? | Variety | 2021/10/20 |
| Netflix Employee Walkout Grows Tense as Trans Rights Protesters Clash With Dave Chappelle Supporters | Variety | 2021/10/20 |

六、法國

近兩個月 (2021/08/21-2021/10/20) 法國文化產業情勢動態，主要聚焦在文化部提交 2022 年文化預算與法國振興計畫投入分布、時尚產業動態、文化遺產與文資設施數據公布、影視產業的動態與衝擊，以及出版產業跨業合作等方向。

文化部於 9 月 22 日向議會提交 2022 年財政法案，新一年度文化預算 (不含公廣系統) 40.83 億歐元 (約新臺幣 1,318 億元)，較 2021 年成長 7.5%；法國政府自 2017 年以來投入文化預算 (不含公廣系統、國民年金) 已成長 15%，顯示政府持續重視文化發展。在此歷史性成長下，2022 年法國振興計畫 (France Relance) 投入文化領域金額也較前一年度成長 4.63 億歐元 (約新臺幣 150 億元)，預計投入 20 億歐元 (約新臺幣 646 億元)。

法國振興計畫中有 16 億歐元 (約新臺幣 517 億元) 已規劃為兩年度的預算信貸，有 10.95 億歐元 (約新臺幣 354 億元) 已於 2021 年使用，4 億元 (約新臺幣 129 億元) 則在未來投資計畫 (PIA 4) 架構下針對所有文化項目如影視音、表演藝術、文資設施與文化遺產、視覺藝術、設計、建築、工藝、時尚、遊戲、圖書出版和新聞等，於 2021 年至 2025 年間透過 5 大主軸投入運用，包含 (1) 強化企業穩定性與競爭力 (46.5%)、(2) 加速數位化轉型 (37.5%)、(3) 支持國際發展與 (4) 動員產業具備地域轉型能力 (合計占 21.5%)，以及 (5) 確保社會環境責任 (4.5%)。

時尚產業動態，精品集團 LVMH Group 旗下媒體廣告公司 Groupe Les Échos-Le Parisien 宣布收購法國出版社 Citadelles & Mazenod。該出版社過去專門出版藝術文史等專業書籍，是藝術出版界權威之一。此前 LVMH 已陸續收購《巴黎人報》(Le Parisien) 和專業財經報；後續亦將持續其藝文產業收購戰略，在形塑集團品牌地位與優勢的同時，透過大眾傳媒對外輸出藝文知識與意識形態，未來或將進一步鞏固其藝文領域話語權。

文化遺產與文資設施數據方面，文化部於 9 月公開數據顯示，2020 年國家博物館等文資場所的造訪人數大幅衰退 71%，文化遺蹟包含聖米歇爾山、凱旋門等參觀人數下降 64%。COVID-19 是衝擊主因，另一方面，包含參觀門票在內的文化支出成本越來越高，也抑制國人造訪意願。以門票價格為例，國家博物館的入場費在 2010 年至 2020 年間平均上漲 37%，明顯高於法國同時期的通貨膨脹率 (11.3%)；意願受訪調查中，82% 放棄造訪文資設施的法國人不願意支付高於 10 歐元 (約新臺幣 323 元) 的全票價格。而隨著文化消費成本逐年提高，未來不僅持續影響法國人參觀意願，也恐將與前述文化機構的教育目的相悖。此外調查還指出，疫情明顯加速文資場館的數位化轉型過程。經營者過去因擔憂虛擬遊覽、數位技術進展衝擊實體旅遊業，原本不重視數位化工具應用；但為了在有限預算下持續與潛在客群保持聯繫，多透過智慧型手機、麥克風等錄製導覽短影音或 Podcast、辦理線上研討會等，甚至編制專人提供線上問答服務。

廣播電視產業生態衝擊，法國媒體《費加洛報》報導指出，智慧型電視快速普及，已占法國每年銷售約 450 萬臺電視的 80%；這類新一代電視遙控器包含更多可一鍵切換至 Netflix、Amazon Prime Video 等大型串流影音平臺的功能，傳統輸出電視頻道碼的按鍵功能已逐漸式微，電視頻道業者擔憂將被聯網電視與其配合的 OTT 服務供應商取代。

而除了遙控器上的輸入鍵盤消失問題，法國電視臺更擔心因缺乏如 Netflix 掌握龐大行銷資源，難以在部署三星、LG 等智慧型電視應用程式規劃中擁有競爭優勢。

另根據法國高等視聽委員會 (CSA) 公布資料，2020 年法國收視最高的 20 部劇集都是本國內容，且有 13 部來自公廣集團的法國電視臺 (France Télévisions)。此前 2009 年至 2017 年間，英美劇至少占收視排名前 20 的五成，2019 年也有 2、3 部美國戲劇進榜；2020 年係首次出現本土劇完敗境外戲劇的現象，亦有民營電視頻道 TF1 取得收視佳績。

影視產業發展動態，法國對於如何安排合理窗口期的爭議持續，法國電視頻道與境外 OTT 平臺業者尚未取得共識。儘管電視頻道業者期望保有專屬窗口期限限制，但迪士尼仍主張持有對於家庭類電影的主導權，並正考慮透過拒絕向法國電影院輸出電影或抬高出售價格，作為針對窗口期安排的談判籌碼。

CNC 於 9 月公布資料顯示，2020 年法國影音節目總出口額約 3.55 億歐元 (約新臺幣 115 億元) 創歷史新高，並較 2019 年同期成長 9%。從各細類別觀察，既有節目輸出表現為穩定態勢，但預售表現大幅成長 49%，跨國合製的輸出貢獻亦成長 3%。輸出類別方面，最主要海外出口動能仍是法國動畫，儘管 2020 年銷量略有下滑，但出口營收仍達 7,470 萬歐元 (約新臺幣 24 億元)，占總出口銷量比重約 37.9%；另有紀錄片出口額成長 4.5% 創年度紀錄。CNC 研究分析認為，Netflix、Disney+ 等 SVoD 平臺持續爭取歐洲內容，連帶促使傳統電視經營者亦投入更多資金製作，並更加積極購買法國內容。

此外，法國 Podcast 平臺 Sybel 與獨立音訊製作人聯盟 (Syndicat des producteurs audio indépendants，聯盟簡稱 PIA) 簽署一項兩年協議，宣布將於 11 月 15 日起針對獨立 Podcast 內容支付費用，並已在協議中訂定有關獨立製作與投資法國原創作品的義務，期望透過此夥伴關係創造良性的生態系統，支持法國聲音產業創作與發展。未來平臺消費者將可免費欣賞包含知名業者、獨立製作等數百個 Podcast 內容，或支付每月 3.99 歐元 (約新臺幣 129 元) 取得無廣告聆聽體驗。

出版產業與廣播電視產業跨業結合方面，法國圖書數位化進程在疫情爆發以來蓬勃發展，包含數位圖書館、討論文學的社群網站或有聲書等，都已成為法國人閱讀的新管道。此外，官方與產業界仍在嘗試不同數位化可能，前者如法國圖書中心 (CNL) 在 2020 年 10 月以來已累積一系列涵蓋書摘、知名作家訪談或線上講座等 Podcast 內容；法國廣播電臺 (France Inter) 針對兒童聽眾採取先 Podcast 露出、再推插畫繪本的策略等。後者則有法國文化記者奧古斯丁查本拿 (Augustin Trapenard) 在訂閱制線上串流平臺 BrutX (每月 4.99 歐元，約新臺幣 161 元) 開設文化相關節目，節目播出時長可依內容彈性調整為 30 分鐘至 1 小時不等，節目內容也較過去更為自由多元化。

表 5-6、法國文化產業情勢動態 (2021/08/21-2021/10/20)

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|----------|-----------|----------------|
| Editeurs et libraires confiants dans l'avenir proche | Le Monde | 2021/8/19 | 圖書業者對不久的將來充滿信心 |
| Livre : les nouveaux formats | 法國文化部 | 2021/8/27 | 圖書：新點播影音格 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|---|-----------------|-----------|---------------------------------|
| audiovisuels à la demande ont la cote | | | 式很受歡迎 |
| RESTAURANTS, MUSÉES, CINÉMAS... PASS SANITAIRE OBLIGATOIRE POUR LES EMPLOYÉS DÈS CE LUNDI | C NEWS | 2021/8/30 | 8月30日起 博物館、電影院、餐廳等從業人員必須持有健康通行證 |
| Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la Culture, annonce le lancement d'une grande commande photographique destinée aux photojournalistes | 法國文化部 | 2021/8/30 | 文化部長巴舍洛特宣布成立攝影委員會 |
| Le passe sanitaire devient obligatoire pour les personnels des musées | Le Monde | 2021/8/31 | 博物館工作人員必須持有健康通行證 |
| Les Français apprennent mieux l'anglais via les films en «streaming» qu'à l'école | Offre exclusive | 2021/9/2 | 法國人通過串流影音學習英語的效果比在學校更好 |
| Les fonds de garantie pour les tournages de films, d'œuvres audiovisuelles et de programmes de flux sont de nouveau prolongés | 法國文化部 | 2021/9/3 | 影視、網路影音節目拍攝保障資金進一步擴大 |
| Pass sanitaire : quel bilan estival pour les salles de cinéma ? | Allocine | 2021/9/4 | 健康通行證：電影院在暑假的表現如何？ |
| Comment les chaînes françaises perdent la bataille cruciale de la télécommand | Economie | 2021/9/5 | 法國頻道如何在關鍵的遠端遙控戰中失利 |
| Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la Culture et Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée chargée de l'industrie, lancent France Design Week | 法國文化部 | 2021/9/6 | 文化部和工業部共同啟動法國設計週 |
| France Relance : lancement de quatre dispositifs des investissements d'avenir pour accompagner les transitions numérique et écologique des | 法國文化部 | 2021/9/7 | 法國振興計畫：推四項未來投資計劃，以支持產業數位化和生態轉型 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|---------------------|-----------|----------------------------------|
| industri... | | | |
| Animation, documentaires, séries : l'audiovisuel français s'exporte de mieux en mieux | francetvinfo | 2021/9/7 | 動畫、紀錄片、連續劇：法國影視動產業出口表現成長 |
| Record à l'export pour les programmes audiovisuels français | Les Echos | 2021/9/8 | 法國影音節目出口紀錄 |
| Art Paris 2021, une édition régionale et cosmopolite | Le Monde | 2021/9/9 | 2021 巴黎藝術博覽會，區域博覽會的國際化 |
| France Relance pour la Culture : un an après, où en est-on ? | 法國文化部 | 2021/9/13 | 法國復甦計畫(France Relance)-文化方面：一年回顧 |
| Mouvements dans les musées français : Emma Lavigne dirigera la Collection Pinault, Christophe Leribault nommé à la tête du Musée d'Orsay | Franceinfo. Culture | 2021/9/15 | 法國博物館人事異動動態 |
| Télévision : les chaînes françaises vont-elles disparaître des télécommandes ? | Europe1 | 2021/9/16 | 電視：法國頻道會從遙控器上消失嗎？ |
| La culture, l'un des enjeux majeurs du programme Action Cœur de Ville | 法國文化部 | 2021/9/16 | 文化，城市行動計劃的主要挑戰之一 |
| Événements, mobilisation, accessibilité... le patrimoine sous toutes ses facettes | 法國文化部 | 2021/9/16 | 活動、動員、無障礙...文化遺產的各方面 |
| Les films d'animation s'invitent dans les galeries et musées | Le Monde | 2021/9/19 | 藝術畫廊和博物館融入動畫電影應用 |
| Patrimoine. Les Français se sont mis à visiter les musées sur Internet | Quest france | 2021/9/19 | 文遺與文資設施：法國人開始線上參觀博物館 |
| Etats généraux du livre en langue française : élargir la circulation du livre dans l'espace francophone | 法國文化部 | 2021/9/19 | 法語圖書總覽：擴大法語圖書的海外流通量 |
| 38e Journées européennes du patrimoine : plus de 8 millions de | 法國文化部 | 2021/9/19 | 第 38 屆歐洲遺產日：逾 800 萬法國人 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|----------------|-----------|--|
| Français rassemblés autour du patrimoine et de la culture, en hausse par rapport à l... | | | 聚集在文化遺產周邊 |
| En Seine-Maritime, une artothèque pour emprunter des œuvres d'art comme des livres | franceinfo. | 2021/9/20 | 在濱海塞納省，一個可借閱藝文書籍作品的藝術圖書館 |
| Journées du patrimoine: les Français boudent-ils les musées? | HUFFPOST | 2021/9/20 | 文化遺產日：法國人不去博物館嗎？ |
| Les fictions françaises écrasent la concurrence étrangère à la télévision | Europe1 | 2021/9/20 | 法國劇集在電視上壓制境外競爭 |
| Arc de Triomphe empaqueté : le projet de Christo n'a-t-il vraiment rien coûté au contribuable français? | Liberation | 2021/9/21 | 凱旋門包裹藝術：已故藝術家Christo的項目真的沒有花費法國納稅人的錢嗎？ |
| La fille de Picasso échange neuf œuvres d'art avec la France pour régler sa facture fiscale – ARTnews.com | Cosmo.Sonic | 2021/9/22 | 畢卡索的女兒提供法國政府九件藝術品以解決遺產稅問題 |
| "Dune" s'impose à la tête du box-office français | Paris Match | 2021/9/22 | 《沙丘》奪得法國票房冠軍 |
| 紙媒或成奢侈品？LVMH group 收購藝術書商 Citadelles & Mazenod | VOGUE | 2021/9/22 | - |
| Livre en langue française : pour un auteur francophone, "atteindre le marché en France est très difficile" | France Culture | 2021/9/22 | 法語書：對於法語作家而言，進入法國市場非常困難 |
| Disney menacerait de boycotter les salles de cinéma françaises | Les Echos | 2021/9/22 | 迪士尼威脅將抵制法國電影院 |
| Le projet de loi de finances 2022 pour la culture | 法國文化部 | 2021/9/22 | 2022 年文化財政法案 |
| En 2022, pour la première fois de son histoire, le budget de la culture dépassera la barre des 4 milliards d'euros | Le Monde | 2021/9/22 | 2022 年文化預算首次突破 40 億歐元大關 |
| Mesure de soutien à l'emploi | 法國文化部 | 2021/9/24 | 藝術就業支持措施： |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|------------------|-----------|---------------------------|
| artistique : 20 millions d'euros supplémentaires pour soutenir le spectacle occasionnel | | | 針對非定期演出額外提供 2000 萬歐元 |
| Pourquoi le Pass culture sacre le manga | Midi Libre | 2021/9/26 | 為什麼文化通行證反而助長漫畫銷售？ |
| Transformation digitale des musées : "le musée en ligne se conçoit différemment du musée physique" | archimage | 2021/9/27 | 博物館的數位轉型：線上博物館的構想與實體博物館不同 |
| Jeux vidéo : la production française augmente | Le Figaro | 2021/9/27 | 電玩遊戲：法國產量增加 |
| Le gouvernement annonce une enveloppe de 400 millions pour développer les industries culturelles | France Culture | 2021/9/28 | 政府公布將透過 4 億元發展文化產業 |
| COVID-19 : Quel impact sur le livre d'art et le beau-livre ? | 法國全國出版協會 SNE | 2021/9/28 | COVID-19：對藝文美術書籍有何影響？ |
| 50 résolutions pour promouvoir la diffusion des livres en français dans le monde | Gouvernement | 2021/9/28 | 促進法語圖書在全球發行的 50 項決議 |
| Institutions culturelles : l'éternel retour de la question des prix d'entrée | The Conversation | 2021/9/28 | 文化機構：永遠反覆出現的門票價格問題 |
| Box-office international des films français - Août 2021 | Unifrance | 2021/9/28 | 2021 年 8 月：法國電影國際票房 |
| Les sorties culturelles sont-elles trop chères? | Le Figaro | 2021/9/29 | 文化之旅變貴了嗎？ |
| L'Opéra de Paris suspend son projet de salle modulable à Bastille | Le Figaro | 2021/9/29 | 巴黎歌劇院暫停其在巴士底獄的整修計畫 |
| Musées: un tiers des visiteurs ne paie pas | Le Figaro | 2021/9/29 | 博物館：三分之一的遊客不付費 |
| Nouveaux musées participant à Joconde | 法國文化部 | 2021/10/1 | 參與《蒙娜麗莎》項目的新博物館 |
| Réouverture des cinémas : les séances seulement en journée - | francetvinfo | 2021/10/1 | 電影院重新開放：僅在白天放映 |

| 標題 | 來源 | 日期 | 中文標題 |
|--|------------|------------|--------------------------|
| Polynésie la | | | |
| Les salles de cinéma cherchent désespérément leur public cinéophile | Le Monde | 2021/10/2 | 電影院正迫切尋求他們的電影觀眾 |
| Entreprendre dans la culture : place aux forums régionaux | 法國文化部 | 2021/10/4 | 文化創業：在地區域論壇 |
| Solidarité, social, territoires... les nouveaux enjeux du mécénat culturel | 法國文化部 | 2021/10/13 | 團結、社會、領土... 文化贊助的新挑戰 |
| Musique : reprise des concerts et des tournées sur fond de fragilités | Le Monde | 2021/10/14 | 音樂：在需求疲軟的背景下恢復音樂會和巡迴演出 |
| La plate-forme Sybel va rétribuer les podcasts indépendants | Le Monde | 2021/10/14 | Sybel 平台將支付費用給獨立 Podcast |
| PODCASTS : UNE PLATEFORME PAYANTE POUR FÉDÉRER UNE OFFRE ÉPARPILLÉE | Strategies | 2021/10/16 | Podcast：聯合發行的付費平台模式 |
| Le Covid-19 fait muter le marché de l'art | Le Monde | 2021/10/20 | COVID-19 正在改變藝術市場 |