

本期重點

因疫情影響，文策院持續配合情勢調整國際布局策進方案，跟進參展線上展會，將國內優秀的內容作品帶往各大展會，藉此切入國際產業鏈，並延續拓展全球行銷通路的重要任務，增加文化品牌國家隊實力的能見度。本期產業趨勢有日本以角色為核心的IP經濟學、英國沉浸式經濟報告摘要、產業數位資料庫應用，以及台灣音樂產業轉型商模案例等議題供讀者參考。

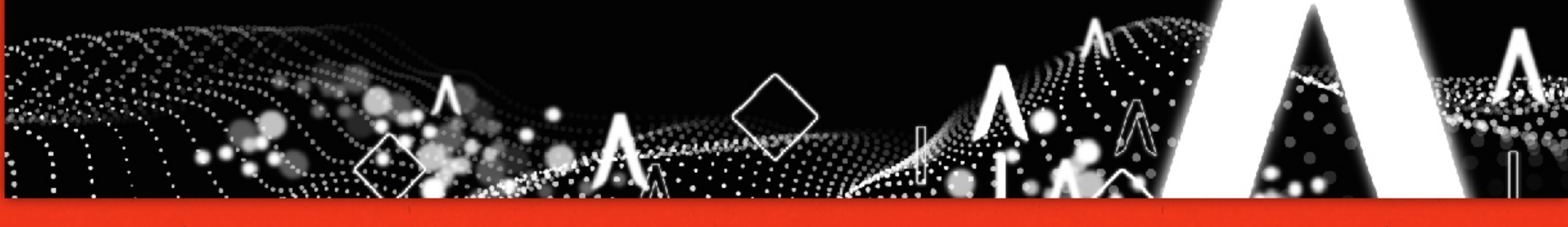
焦點計畫

VR 國際合資合製

TAICCA Immersive Content Grant

沉浸式內容國際合資合製補助案 獲補助名單

- 法國 Lucid Realities / The Starry Sand Beach
- 英國 Oiffy LLP 及 Wolf & Wood 與台灣益遊數位 (Playerium) 合製 / "Unannounced game"
- 台灣 在地實驗媒體劇場 ET@T Lab Theater / 《花神祭》VR Anthem to the Fading Flowers
- 台灣 綺影映畫有限公司 Serendipity Films Ltd. / 大師狂想曲 Missing Pictures
- 台灣 台灣虛實展發展協會 Virtual & Physical Media Integration Association of Taiwan / Through the Body, 沉浸式投影創作暨技術提升計畫



Immersive Content Grant 沉浸式內容國際合資合製補助 獲補助名單公告

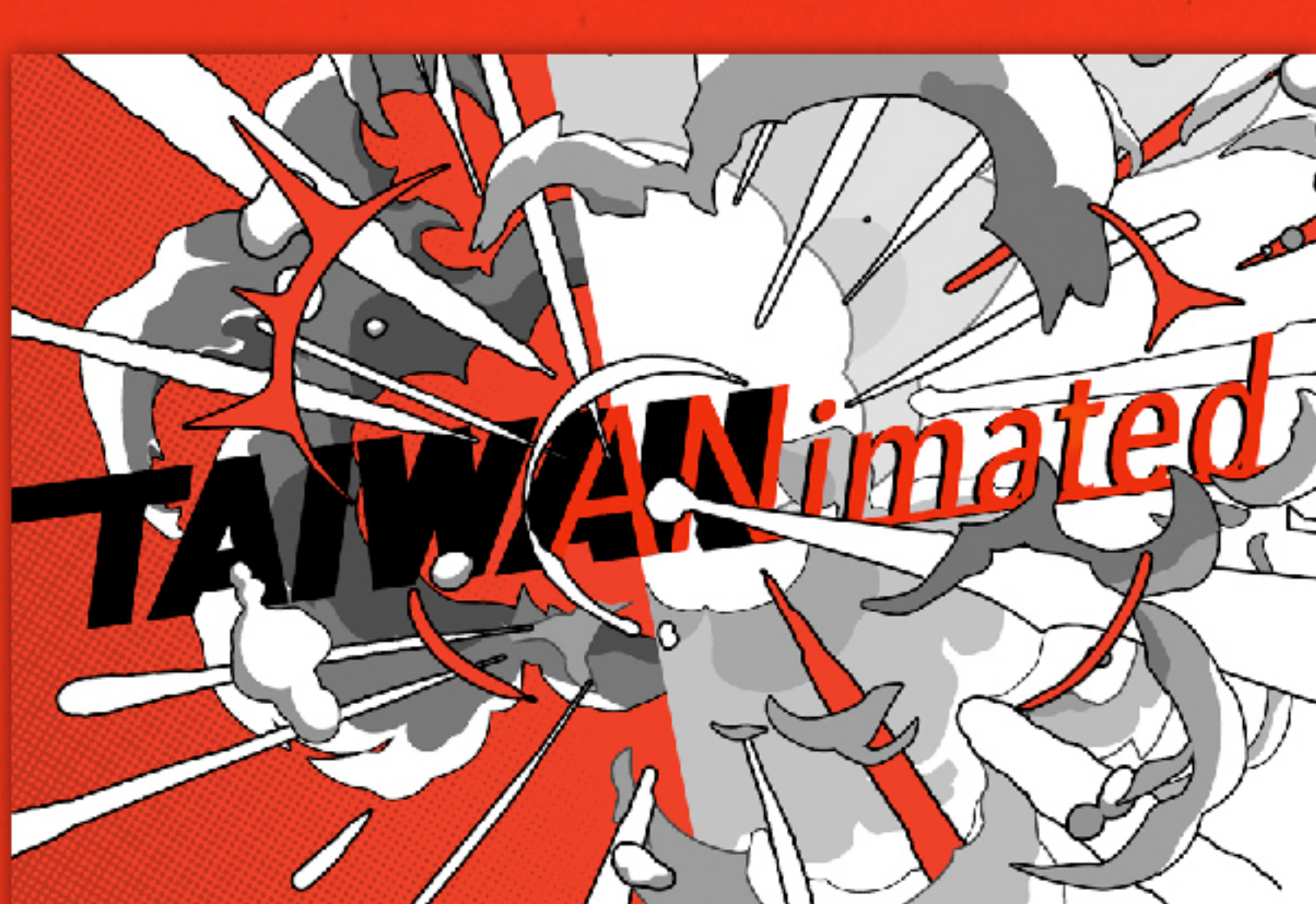
5G上線在即，沉浸式內容的開展與商業模式成了產業新藍海，文策院於今年3月開放全球徵件，推出以3年為期、最高補助達新台幣350萬元的「沉浸式內容國際合資合製補助方案」，在XR領域找到具關鍵創意及新敘事手法，以沉浸式技術製作之藝術、人文體驗、互動內容的作品。於6月22日舉辦記者會，除了公布5組獲選團體，也預告明年將會延續推出相關計畫，讓更多優秀隊伍能夠參與，加速臺灣成為世界XR內容的創新基地，打造新一波台灣。

閱讀全文

動畫市場展 展會國際線

文策院線上參展 安錫動畫影展推動臺灣跨域改編力

本年度安錫國際動畫市場展改為線上媒合模式，本院規劃了「虛擬台灣館」，協助國內15家動畫業者、21部作品參與線上市場展會；並首度將國內圖像出版業者導入影展機制，協助12間出版業者，帶著44本漫畫、繪本等圖像內容出版品，參加大會所舉辦的「Meet the Publisher」單元，讓更多圖像出版業者與國際動畫製作人進行媒合。例如已有豐富影視經驗的《用九柑仔店》、《天橋上的魔術師》、《北城百畫帖》，以及在國際間擁有高知名度的幾米繪本，皆參與此次媒合活動。展會期間，文策院引薦國際動畫製作人才和國內圖像出版業者洽談，並提供線上會議所需要的翻譯等服務，促成原創圖像IP的國際合作機會。



閱讀全文

電影市場展 展會國際線

文策院參與坎城電影市場展 線上行銷台灣好內容

本年度台灣電影參與坎城電影市場展狀況不受疫情影響，共有超過 80 部作品踴躍報名參加坎城電影市場展，其中亮點作品有導演陳玉勳的新片《消失的情人節》，王逸帆導演的話題喪屍類型片《逃出立法院》，入選義大利遠東影展的新銳導演廖明毅的首部劇情長片、也是台灣第一部使用 iPhone 拍攝的電影《怪胎》。其中阿KEN（林暉恆）籌備 5 年首部執導的電影《練愛ING》，除了首次在市場展亮相之外，也參與官方線上市場展放映。



文策院參與坎城電影市場展 線上行銷台灣好內容

此外，臺灣出版作品首次參加坎城官方「Shoot the Book!」線上出版文本與影視開發媒合會。本院將從年度推薦出版外譯之「Books from Taiwan」書單推薦合適作品，在媒合會上介紹作家陳思宏的作品《鬼地方》，將台灣的精彩故事文本介紹給國際影視製作單位，讓台灣的文本IP以多元方式與世界見面。

產業趨勢

1

角色IP經濟 # 文創產業 # 文化產品

【日本 IP 跨域經營術】圈粉成功就「課金」的開始，以角色為核心的 IP 經濟



深耕文化內容是提升文化經濟的關鍵。成功文化產品的生成與延續，除了有賴原創者的苦心，更重要的是內容產業生態系的完備。後疫情時代，可預見文化產品的數位化與虛擬性將更強化，無形資產的跨域與串聯價值將更受重視。

日本做為文化創意產業大國，其動漫遊戲各種IP風靡全世界。無論是影響陪伴台灣青年成長，二、三十年來能量不墜的《灌籃高手》、《七龍珠》，數年前掀起老中青出門抓寶風潮的《Pokémon GO》，抑或近日逆勢成長的《動物森友會》，都可看見日本以文化商品在全球各地創下可觀的營收，並打造國家影響力。台灣能否借鏡日本內容產業的IP跨域經營術，以他山之石，思考文化創意產業生態系的發展可能？

閱讀全文

2

沉浸式內容 # 技術市場

Immerse UK 和 Digital Catapult 共同發表「2019 年英國沉浸式經濟報告」

此報告提供沉浸式技術產業及高價值成長領域的現況分析，報告著重在VR（虛擬實境）、AR（擴增實境）、MR（混合實境）的市場走向，及相關產業的主要發展推手與阻礙。

英國是歐洲目前最大的VR和AR市場，該產業也持續擴展至價值約1,600億美元的沉浸式技術市場。當地約1,250家沉浸式的專業公司，著重在創造、發展與生產沉浸式內容、軟體、硬體技術及產業諮詢。沉浸式技術的發展持續看漲，在開發新產品與提供服務上越來越重要，但其發展的阻礙，例如技術與人才短缺、金融管理、消費者接受度低、商業投資與收益的不確定性，都是業者共同面臨的挑戰。



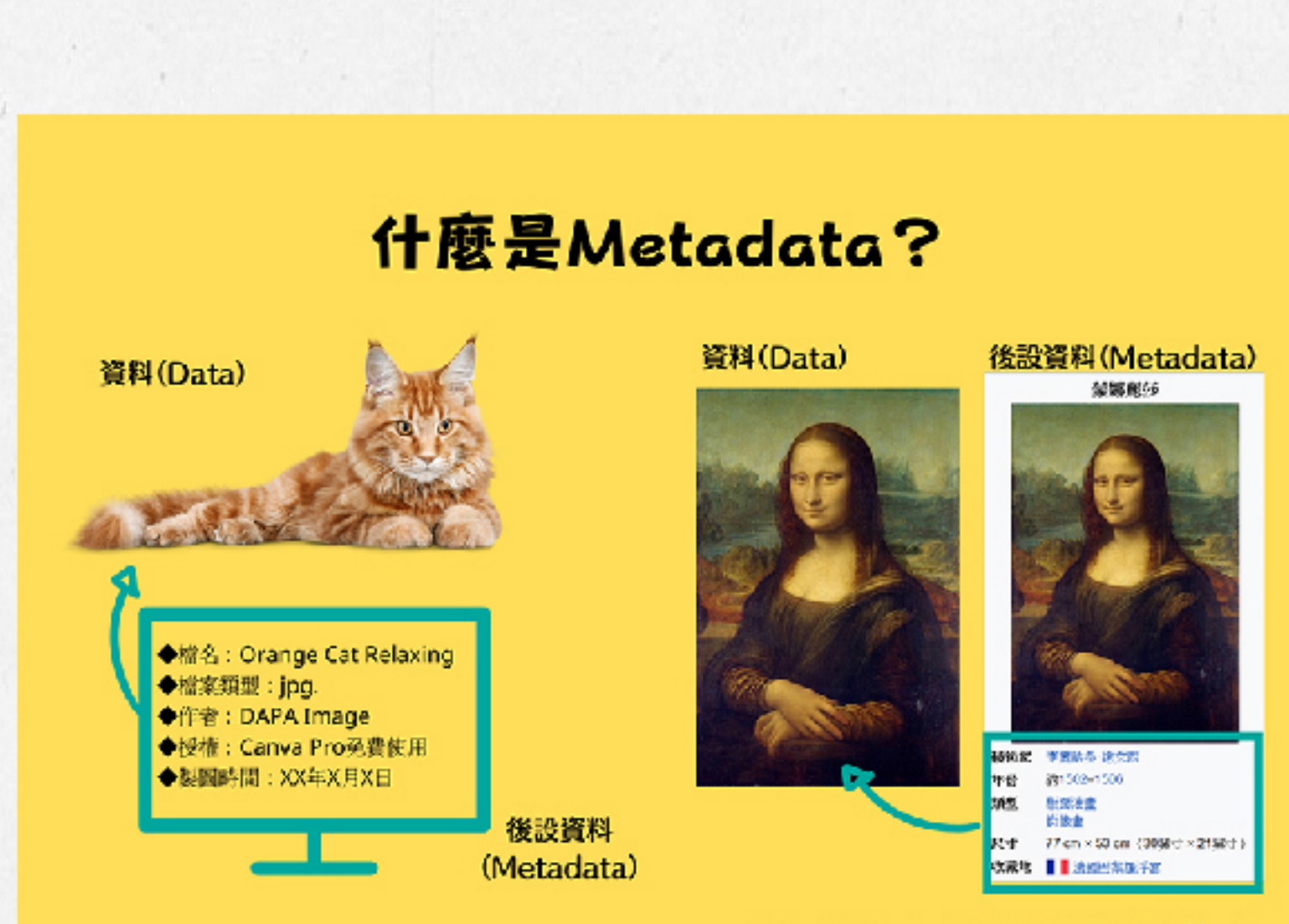
圖片來源: iStock

閱讀全文

3

數位資料庫 # 資料系統化管理與分類 # 資料搜尋

認識 Metadata，找各類型典藏資料不再大海撈針！



在資訊爆炸的今日，博學強記不再是獲取知識的唯一途徑，即時找到正確、可靠的資料，往往是工作上的決勝關鍵。Metadata，正是讓我們輕鬆撈到資料和加速數位資料鏈結的好幫手！

想像你坐擁一個收有一千萬本書的圖書館，你要怎麼讓讀者可以輕易找到想要的資料？最基礎的一步，就是必須把這些圖書資料們的作者、標題、出版年份、出版者等內容一一記錄下來，才能進一步幫它分類，並讓讀者能利用這些描述館藏的基本資料，查到自己想要的書。

當今天這個館藏是圖畫、書刊、藝術品、數位影音等文化產物的資料，協助在線上索引和記錄文化館藏的「關於資料的資料」就是「Metadata」（後設資料，也譯為「詮釋資料」）。無論對於資料的提供者、管理者或使用者，Metadata的重要性不亞於資料本身。

閱讀全文

4

音樂轉型 # 跨界合作 # 影視配樂

台灣音樂產業轉型劍指何方？從跨界游移的異業合作談起

隨著數位化的浪潮，全世界流行音樂的主流與非主流分野都逐漸模糊，正如黃子佼在金曲獎後丟出「要20個獨立樂團，還是1個超級巨星？」的提問所揭示，台灣流行音樂也正正在面臨主流與非主流疆界的各方音樂。同時，因應不同渠道的新媒體與分眾開拓，游移與創作人與製作人，逐漸開啟不同的音樂發展模式，更隨著愈益興盛的「feat.」（按：英文中的正確使用應為ft.，為feature之縮寫）跨界合作風潮，開啟不同領域人才或產業的合作。



圖片來源: iStock

目前最重要成功且有影響力的趨勢，至少包括三個大方向：YouTuber單曲、大劇配樂與主題曲、遊戲配樂，雖然都是音樂創作，但由於面對的群眾與想溝通的核心訊息不同，不但工法有所不同，所需要的音樂類型與效果也不同。從上述各類型跨界合作的面向來看，其本質又是什麼？

閱讀全文

新聞選集

- 從台北出發，台灣原創漫畫的復興時代 (Chinatimes)
- 電信業瞄準消費者應用 秀 5G 直播 VR 沉浸式體驗 (Appledaily)
- 串聯產官學界 校園音樂賽創微型產業鏈 (鏡週刊網)
- 整合內容技術供應鏈 OTT台灣隊衝出新「視」力 (UDN)
- 臺灣藝術家的國際活動與發展前景 (典藏 ARTouch)
- 不與 YouTube 硬碰硬！Vimeo 如何轉型成影音曝光首選之地？ (數位時代)
- 培養觀眾不能只靠大場館 劇場人：中小型場地「好親近」才是關鍵 (風傳媒)
- 台書在日本) 這些年，日本讀者看的台灣書 (Openbook)
- 在緊急狀態中湧現的藝術上線運動及其反思 (藝術家)
- Arm：5G 是雲端遊戲的絕佳賦能者 (Chinatimes)
- 為何如今精緻台劇多在 HBO、Netflix 才看得到？台灣 OTT 的內憂與外患 (換日線)
- 讀繪本不是小朋友的專利，「閱讀的方式」決定繪本告訴你的事 (The News Lens 關鍵評論網)
- 讓音樂扎根 全國首創 AR 多感官繪本 (Libertytimes)
- 站在世紀末的轉捩點：臺灣漫畫 1980-1990 (UDN)
- 坎城影展市場首次駐點台灣 高雄市 VR 體感劇院登上國際 (Chinatimes)