

本期重點

文策院一舉推出多方策進方案促進產業發展，包含出版與影視媒合原創文本、原創漫畫及劇本創作競賽，以及設立培育專業人才的 TAICCA SCHOOL 文策學院，本院更攜手 CATCHPLAY 共同投資『影響原創』，發展國內影視內容製作！本期產業趨勢有未來創意內容產業調查研究、法國沉浸式經驗應用報告、臺灣音樂對外輸出戰略，以及未來文化科技發展等議題供讀者參考。還有還有文化內容策進院 Facebook 粉專開張囉！歡迎大家來追蹤及分享！

焦點計畫



文策院「內容開發專案計畫」出版與影視媒合原創文本徵件數目中

為提升臺灣創作產製能力及對國際內外市場需求，本院推出「內容開發專案計畫」，為加速內容開發的孵化器機制，藉由媒合與初始資金挹注，支持出版與影視產業跨業發展，使好故事成為好劇本，提升內容作品產製量、導入國內外投拍媒合資源系統。

此計畫將帶動原創文本端、編輯端及投資端的開發合作，發掘微選有改編潛力的臺灣原創文本 IP，強化出版與影視製作商業連結，為創意產業開展更多元的風貌與市場可能。計畫機制共分成四個階段：

- 導入市場機制：製作適合影視化評估格式之文本候選清單，由文策院邀集「投資人工作圈」圈選自身感興趣並有潛意向投拍的文本，形成「媒合候選名單」。
- 媒合編劇：公開邀集編劇團隊進場，於「媒合候選名單」中尋找改編標的，並撰寫影視化提案。
- 啟動開發經費助攻：由文策院媒合「影視化提案」及投資人，取得投資人關注意向的提案，並取得出版版合意後，文策院將啟動開發經費，以促成可交易之影視企劃案。
- 促成後續投拍：可供交易之影視企劃案完成後，由文策院媒合投資人。影視製作媒合成案後，由製作投資端和出版端自行洽談後續影視改編製作授權金或回收分潤等其他權利。

招募辦法

文策院「2020 原創漫畫及劇本創作競賽」徵件活動開跑

本院為催生原創漫畫及開發國際漫畫創作人才，振興臺灣漫畫與內容產業，推出「2020 原創漫畫暨劇本創作競賽」徵件活動，9 月 1 日起於活動官網將開放線上投稿。本次創作競賽徵件，鎖定以「短篇原創漫畫內容」為主，只要符合原創及未公開發表等條件，無論是個人、團體或公司均可投稿報名此競賽。投稿項目共分成兒童、條漫、漫畫劇本3個組別，總獎金共新台幣300萬元，為全臺漫畫比賽近年最高總獎額，各組別金獎得主更可獲新台幣30 萬元獎金。



閱讀全文

文策學院課程公告

TAICCA SCHOOL 文策學院 最新課程即將上線

「圖像 IP 授權產業實務班」、「音樂經紀學程計畫」、「臺灣內容國際版權經紀人才策進計畫」

TAICCA SCHOOL 文策學院為本院培育產業關鍵人才的平台。目標在於針對文化內容領域的產業關鍵點，建立文化內容產業的網絡社群、動態聚落（類 EMBA），跨產業領域媒合與交流，如經紀人等職能。熟悉產業網絡與國際市場視野，助攻內容產值放大。課程將邀請國內外關鍵單位、業師，加速推進臺灣產業的產製、品牌力，協助拓展產業人才的國際網絡，對接全球市場，促成作品合製與合資，邁向國際市場。

將於 8 月份正式啟動全新企劃「圖像 IP 授權」、「音樂經紀」、「國際版權人才」等專題課程。在圖像 IP 授權經紀課程將以角色 IP 授權的營利模式與商業模式、圖像產業的授權工具、商品開發實務、授權談判、海外授權代理實務為主。音樂經紀學程計畫則著重於完善經紀專業經驗傳承交流體系，帶動產業鏈上中下游，助攻經紀人對接國內外市場通路，擴充人脈資源網絡。國際版權經紀人才課程選定於國際重要展會前舉辦工作坊，以講師分享加上實戰演練的形式，讓學員快速熟悉從展前規劃、展中書籍推介，到展後追蹤等一系列銷售操作，以最高效率課程充實國內版權人才專業能力。

臺灣漫畫基地加碼進階課程！於 8 月 22 日特別邀請在社群經營有豐富經驗的漫畫家以及專業的社群操作分析產業人士，分享如何讓社群經營得聲有色，幫助創作人們了解如何推廣自己的社群，進而獲得更多的潛在合作機會。

課程資訊



臺灣內容國際發電！文策院攜手 CATCHPLAY 共同投資『影響原創』

影響原創主攻國際型臺灣原創內容，提高臺灣原創內容影視作品產量，並導入國際合製模式以提升製作品質，建立臺灣影視品牌力。文策院看好 CATCHPLAY 的國際系統能量，投入原創開發後，作品可透過既有通路『反輸出』至國際，具有翻轉能量，並且對無文策院「國際化」「品牌化」策略。

影響原創主要業務為國際級臺灣原創影視內容之產製及發行，選擇國際共鳴的題材開發，主打院線電影、迷你電視劇集、實境節目等，以「多角化、全產業、國際化經營 IP」為長期目標。影響原創影視將延續 CATCHPLAY 過去與跨國內容業者 HBO、韓國 CJ E&M 等國際合作夥伴合作，提升影視作品的製作規格，更放大經濟規模與回收可能，導入「先賣後拍」國際商業模式，善用國際成熟影視市場的各式投資、預售與合製模式，為在地團隊引進創作與製作的國際資源。預計在 2020 年間拍至少 1-2 個項目，已啟動國際發行夥伴之洽談，籌拍《俗女養成記 2》等知名台劇續篇。

閱讀全文



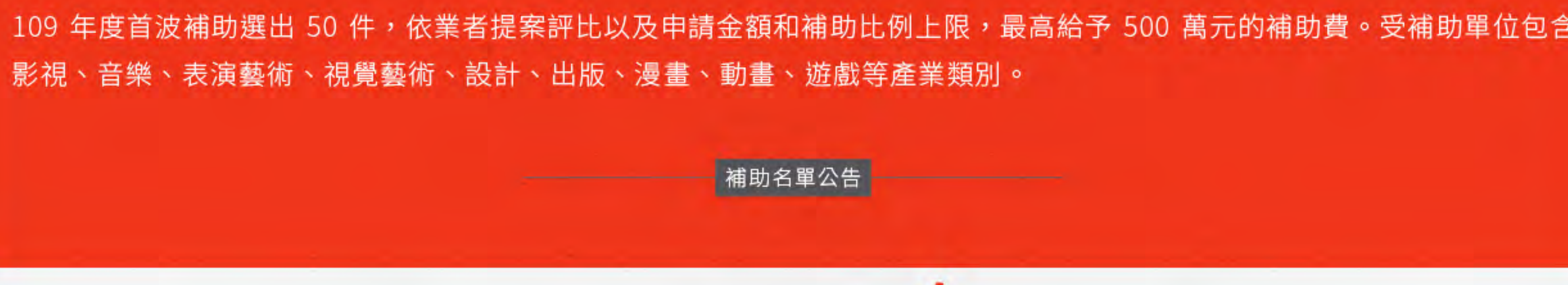
文策院線上策展參與日本授權展 發掘臺灣原創 IP 萌商機

因應疫情影響，日本授權展大會宣布延期至 10 月舉辦，本院即展開線上行銷方案，進行線上社群行銷，6 月正式推出日文版 Twitter 平台帳號「隔壁的臺灣好朋友」（となりの台湾フレンズ）。帳號主要在向日本民眾介紹台灣的原創角色的故事，並期待藉由成功的社群平台操作，向日本展現臺灣角色品牌的能量。

為推動臺灣角色授權產業發展，於 6 月加入國際授權業協會（Licensing International），提供市場趨勢調研報告、全球買家資料庫等第一手訊息給臺灣業者，並與日本角色授權協會（Character Brand Licensing Association）簽署合作協議，以進一步協助臺灣原創品牌前往日本市場發展。

本院市場展會行銷策略，將臺灣原創角色品牌以「Taiwan Content Island」進行主題策展，並在全球疫情延燒階段，將針對下一波市場展會規劃線上化措施，如廣徵徵像 IP 參與線上型錄徵件、規劃 IP 直播會等，推動臺灣文化內容以多元方式與國際市場接軌。同時也將啟動文策學院圖像 IP 授權相關課程，放大角色品牌的萌商機。

閱讀全文



1.5 億元振興臺灣內容力 文策院公告首波旗艦計畫獲選名單

為催生本國文化內容業者系統性開發內容，提升產製量及品質，並面向未來內容發展趨勢，提升商業價值與國際競爭力，文策院今年公告「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」（以下簡稱「旗艦計畫」）。

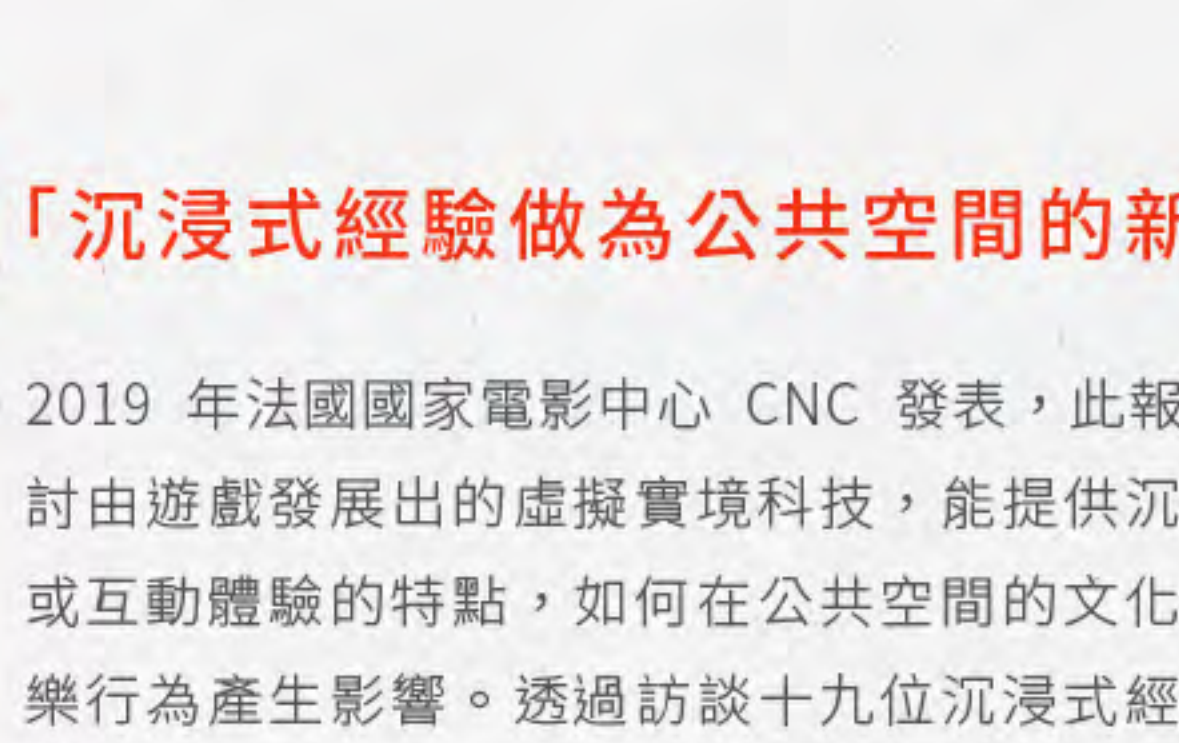
旗艦計畫補助作業總計申請案件數高達 357 件，是往年的二倍，因疫情影響產業甚鉅，競爭激烈。評審過程力求嚴謹，除了在資格審查時，需通知業者備齊資料程序，並給予評委適當時間閱讀，以選出具有未來發展性與市場競爭性、且提出具體方案的計畫，從概念誕生到證明其商業模式，以對接後續的投融資市場。

109 年度首波補助選出 50 件，依業者提案評比以及申請金額和補助比例上限，最高給予 500 萬元的補助費。受補助單位包含影視、音樂、表演藝術、視覺藝術、設計、出版、漫畫、動畫、遊戲等產業類別。

補助名單公告

產業趨勢

1 未來創意內容產業調查研究：創新科技結合內容產業發展之國際動態

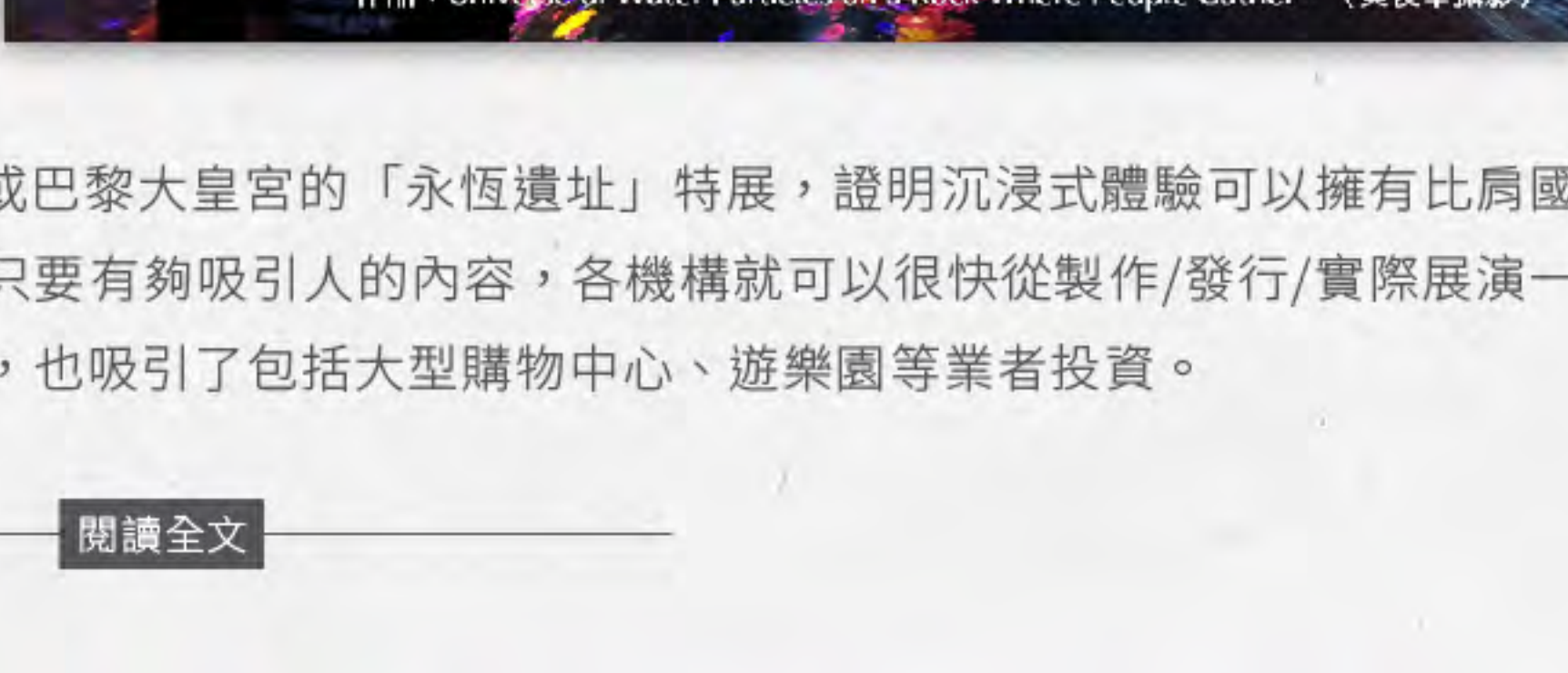


文策院持續關注文化結合科技的創新與應用，以策進未來創意內容之體驗經濟發展，並特別以「未來創意內容產業」界定此一範疇，與拓模產業研究院共同合作，對此一範疇之產業發展進行市場規模的分析與預測。在全球的文化科技發展趨勢下，進行以軟體與服務為主的沉浸式內容市場規模推估，2019 年全球創意內容產業產值達到 8.5 億美元，推估至 2020 年底就會倍增至 16.6 億美元，2025 年推估更將增長至 303.7 億美元的規模。在次領域中以 2020 年的推估規模來看，沉浸式 VR 展演的市場規模約為 6.3 億美元，佔整體市場的 37.8%；其次為沉浸式 VR 遊戲市場，約為 5.9 億美元，佔 35.5%。然而受到全球疫情衝擊的影響之下，使用者待在家中的時間變多，對於家庭娛樂的需求與使用量也隨之增加，因此實際上在創新科技結合文化創作內容的產業發展上，或許比原來的預估值尚有更多的成長空間。

閱讀全文

2 「沉浸式經驗做為公共空間的新文化行為」

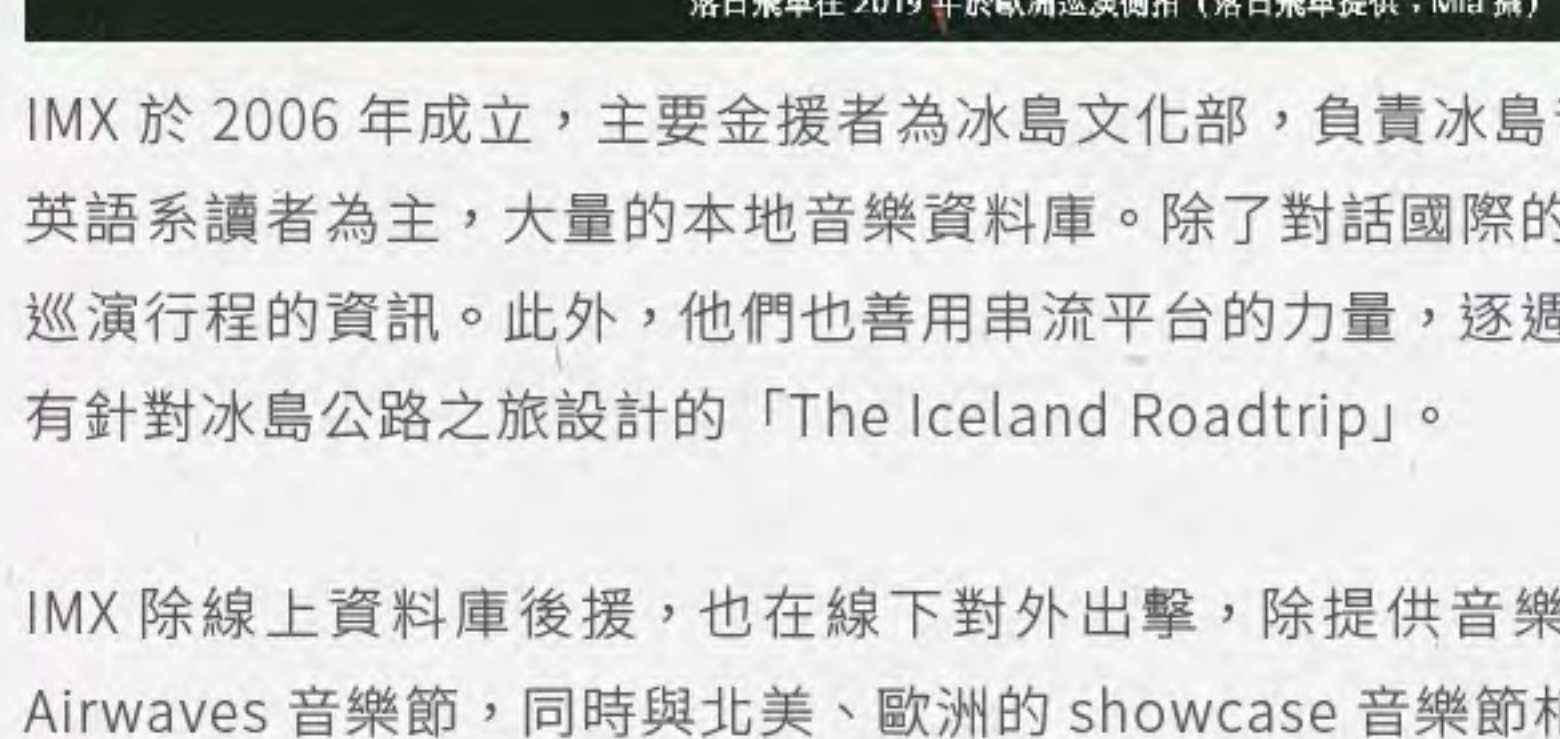
2019 年法國國家電影中心 CNC 發表，此報告探討由遊戲發展出的虛擬實境科技，能提供沉浸式或互動體驗的特點，如何在公共空間的文化、娛樂行為產生影響。透過訪談十九位沉浸式經驗領域的重要角色如藝術機構、電影院公司、虛擬實境體驗館、VR 工作室、電玩遊戲公司、展演節主辦人等，以他們的經驗做出分析。



目前應用上已證實跨越不同領域，是一項可以集合藝術性、教育性和娛樂性的科技。除了有專門為了沉浸式經驗所創造的新地點如 Atelier des Lumières、MK2VR、illucity，也有眾多電影院、美術館、戲劇舞蹈表演、遊戲空間都使用這項技術。許多遊戲，例如 Atelier des Lumières 的展覽，或巴黎大皇宮的「永恒遺址」特展，證明沉浸式體驗可以擁有比為國際大展的人潮，即使沒有實體的物件或藝術品。而且只要有夠吸引人的內容，各機構就可以很快從製作/發行/實際展演一條龍快速實行。也因為如此，除了上述的文化機構外，也吸引了包括大型購物中心、遊樂園等業者投資。

閱讀全文

3 從落日飛車海外巡演與冰島音樂推廣組織經驗，反思臺灣音樂對外輸出戰略



冰島音樂人近年在國際市場的存在感不小，除碧玉、Sigur Rós 等老字號招牌外，搖滾樂團 Of Monsters and Men、Múm，新古典 Ólafur Arnalds 與配樂家 Jóhann Jóhannsson、Hildur Guðnadóttir 等皆是代表。令人佩服的是，冰島音樂不僅作品服眾，氣質也往往呼應著冰島的景觀形象，令人心嚮神往冰島的山島。隨著 2008 年金融海嘯後，冰島新政大力推動觀光與文化輸出，似更加深了這樣的連結；在 Sigtryggur Baldursson 的 Iceland Music Export（以下簡稱 IMX）簡報裡，便並置了上述的冰島音樂人與地理文化圖像。

IMX 於 2006 年成立，主要目標者為冰島文化，負責冰島音樂的海外推廣，其官網類似臺灣的 Taiwan Beats，建構以英語講者為主，大量的本地音樂資料庫。除了對話國際的新聞內容，還包括冰島的廠牌、錄音室、音樂節及樂人海外巡演行程的資訊。此外，他們也善用串流平台的力量，透過編輯主題豐富的歌單。除了各類曲風、音樂節的歌單，甚至有針對冰島公路之旅設計的「The Iceland Roadtrip」。

IMX 除線上資料庫後援，也在線下對外出擊，除提供音樂人巡演旅程補助、行銷補助，每年 11 月也會主辦 Iceland Airwaves 音樂節，同時與北美、歐洲的 showcase 音樂節相互結盟。在他們提供的官網資源簡介，第一欄便開宗明義點名，想要和他們合作海外推廣，除需自證冰島公民身份或與冰島音樂產業的連結外，必須達到的五項基本標準。

閱讀全文

4 法國國家電影與動畫中心（CNC）發表「虛擬實境與沉浸式經驗應用報告」

法國因為動畫學校培養人才、電玩遊戲發展，也具有國際肯定的 VR 應用創作者，在 VR 領域發展十分領先。但這並不代表普及程度，擁有設備的民眾非常少，只有 7% 調查人口中擁有虛擬實境眼鏡式顯示器，有過實際體驗的看法也不占多數。此報告目的在評估大眾對虛擬實境認知與看法、實際經驗與回饋，期望找到未來能推廣給民眾 VR 技術的可能方向。



此份調查顯示 VR 科技對民眾主要代表的是集娛樂用途：超過三分之二使用過虛擬實境的人都是與家人或朋友一起的情況下體驗，且 72% 屬於娛樂性質：電玩遊戲（40.9%）、體驗感官刺激（30.3%）、看電影（19.6%）等等。只有 31.1% 的使用經驗屬於實用性質，例如體驗旅遊地點、參觀公寓、工作需要等等。報告作者認為 VR 科技的娛樂性質高，可以從電玩、電影方面發展吸引大眾，沉浸式經驗可以是參與各種文化與娛樂的新方式。

閱讀全文

新聞選集

- 升級表演藝術圖書館為民眾與兩廳院「搭橋」 專訪國家兩廳院藝術總監劉怡汝 (UDN)
- 耳朵是下一個金礦嗎？聲音就是新金流 (工商時報)
- 藝術產業大衝擊：線上交易爆量，創作工具演進 (500 輯)
- 【OTT 新紀元】專題報導 (INSIDE)
- 擬文創！施振榮領軍科雙創基金助攻藝文行銷，還要投資 8K、5G 展場 (數位時代)
- 全台第一場 5G VR 付費演唱會揭秘！ (數位時代)
- 謝東霖／從「走向 IP」：漫畫製作的轉型 (UDN)
- 5G 時代升級串流音樂體驗！KKBOX 搶先推出 Hi-Fi FLAC 格式無損音質服務 (TechNews 科技新報)
- 探索型遊戲設施 code name: WIZARD 體驗報導 享受現實和虛擬混雜的 MR 世界 (巴哈姆特)
- 5G 升級遊戲產業 TGIPA：電競開向更華麗與競技 (CNA)
- AR 遊戲《加拉巴的微振動》開發者訪談 何謂在遊戲引導下的 AR 未來？ (巴哈姆特)
- 袁永興／串流成為 2020 音樂產業最大支撐 (UDN)
- 搶攻聲音經濟 Podcast 搜尋熱度飆 4 倍 新創帶頭打造生態系 節目一年突破 2,000 個 (Appledaily)
- 除了亮麗浮華的百貨公司，新加坡更致力成為「亞洲的文藝復興城市」 (The News Lens 關鍵評論)
- 全球首部 VR 逐格偶動畫入選威尼斯影展創投 (經濟日報網)