

出國報告（出國類別：考察）

赴杭州考察「2013 杭州中國國際動漫節」

服務機關：文化部

姓名職稱：張淑華科長

派赴國家：大陸地區

出國期間：102 年 4 月 25 至 29 日

報告日期：102 年 10 月

摘要

漫畫在法國被視為是繼電影之後的第九藝術，在日本是老少咸宜的全民讀物。作為文化藝術及文化產業的一環，漫畫結合故事及人物，和文學作品一樣，都是娛樂創意產業極佳的文本。一部好的漫畫，有帶起動畫、電影、電玩以及公仔等周邊商品等產業的能量，如美國的《超人》、日本的《哆啦A夢》、比利時的《丁丁歷險記》，臺灣的《賽德克·巴萊》等，都是由漫畫成功跨界的著例。

在推動漫畫產業相關政策作為中，海外參展是行銷漫畫人才及作品的重要管道，前行政院新聞局曾組團參加及派員考察法國「安古蘭國際漫畫節」及「香貝里漫畫展」。在亞洲方面，鑒於大陸地區為全球重要市場，在杭州舉辦的「中國國際動漫節」則為中國大陸指標動漫展覽，本年我業者亦組團設立「台灣動漫館」獨立展區，爰派員前往考察我業者參展情況及該項活動辦理情形，以作為推動漫畫產業參考。

本次考察發現，動漫為大陸地區重點發展之文化創意產業，於杭州舉辦的「中國國際動漫節」則為其動漫政策的展現平台，「中央電視台」、各省份電視台、主要動畫公司參與踴躍，展會重點包括：邀請國際級人士參與論壇並擔任重點發展項目顧問以引進國際經驗、設置版權交易網及買家俱樂部以促進版權交易、舉行漫畫拍賣會以提昇漫畫藝術價值、辦理人才招聘會以媒合產學、辦理 Cosplay（動漫真人秀）超級盛典跨國分區競賽以突顯主導權及擴大國際參與，此外，也結合旅遊，將節展納入為杭州觀光產品。

杭州動漫節雖以動畫為主體，漫畫為輔，其部份策展作法仍可作為我推動漫畫參考，建議如下：

- (1)整合鏈接現行產業輔導措施（立即可行）
- (2)精進辦展及參展策劃（立即可行）
- (3)長期培養漫畫產業多元人才（中長期）
- (4)進行更細緻的漫畫產業調查（中長期）
- (5)建立漫畫行銷識別形象（中長期）
- (6)鼓勵漫畫創作的深入及跨界（中長期）
- (7)加強推動試譯本及外銷補助（中長期）

目次

壹、前言	4
一、 國內、外環境情勢分析.....	4
二、 與參訪主題相關之本部政策現況分析	6
三、 參訪緣由與目的	8
貳、行程安排及參訪議題	8
一、參訪行程	8
二、參訪議題及內容.....	8
參、參訪心得	20
一、動漫節參訪相關分析.....	20
二、 與我國相關政策之比較分析	21
肆、建議事項	21
一、立即可行建議.....	21
二、中長期建議	22
參考書目.....	24

壹、前言

一、國內、外環境情勢分析

臺灣漫畫在 1950 年代曾風行一時，漫畫刊物眾多，漫畫書店蓬勃，漫畫人才輩出，惜因 1966 年實施的漫畫審查制度，造成漫畫家的斷層以及漫畫刊物的萎縮，日本盜版漫畫遂得以大量進入臺灣市場，臺灣原創漫畫發展因此受到嚴重傷害。如何彌補臺灣漫畫長年的低迷，奠定厚實根基，打造結構完善的產業鏈，塑造品牌，行銷國際，為推動漫畫產業值得思考之課題。

(一)臺灣漫畫產業概況

1950 年代，臺灣的《漫畫周刊》等 10 餘本漫畫專門刊物創刊，葉宏甲、劉興欽等漫畫著作風靡一時，創作人才及刊物發行均現榮景。1966 年落實施行的漫畫審查制，規定所有漫畫均需經過審查通過方得以出版，原有漫畫家創作空間及生計受到打壓，新手則不願投入，造成日本盜版漫畫長驅直入，以及臺灣原創漫畫界將近 20 年的斷層。

1980 年代，《中國時報》系推出的漫畫活動以及所提供創作者發表平台，催生敖又祥、老瓊、蔡志忠、鄭問等具個人特色的代表作品，對臺灣本土漫畫發展影響深遠；1988 年漫畫審查制度廢止，1992 年新著作權法實施，日本盜版漫畫減少，臺灣新生代漫畫家陸續出現，台北國際書展、金石堂、誠品等大型書店陸續設置漫畫展區及漫畫專櫃，TVBS 及華視等電視台亦均製播漫畫相關系列節目，臺灣原創漫畫出現復甦之勢，只是 1996 年後，電玩，動畫 VCD 等興起，與漫畫競逐以青少年為主要族群的市場，漫畫產業因而再度受到影響。¹

社會價值觀也影響臺灣漫畫的發展。漫畫雖是臺灣青少年文化的一環，但青少年的漫畫閱讀並不被鼓勵，漫畫也一向被視為是「囡仔冊」，無法拓展青少年以外更多的閱讀人口。

此外，一般認為，由於漫畫審查制度的歷史因素，臺灣漫畫市場仍以日本漫畫刊物為主流，臺灣的漫畫創作也以偏向日式風格者居多，而在處理人物設定及劇情敘事等增加漫畫吸引力方面，亦有可再加強的空間。

¹ 以上綜合參考台灣動漫推廣協會，《台灣漫畫年鑑》，2008 年；群學出版有限公司，《讀漫畫》，2012 年

雖然如此，臺灣近年仍出現許多勇奪日本國際漫畫賞、瑞士新秀獎、大陸地區金龍獎等海外獎項，以及獲邀在日本《周刊少年 JUMP》以及大陸地區《漫友》雜誌等超過 30 萬份之知名漫畫刊物連載的彭傑、顆粒等優秀漫畫家；臺灣各級學校不乏蓬勃發展的漫畫相關社團，2012 年由「臺灣動漫畫推廣協會」辦理的開拓動漫祭，便有近千個學校社團參與，顯現臺灣在漫畫方面豐厚的人才儲備。

此外，依民國 99 年圖書出版產業調查報告顯示，臺灣 16 家主要漫畫出版業者整體營業收入推估約為 18.31 億元，相較於民國 97 年的 11.38 億元，略有成長。產業整體獲利率約為 16.3%，與民國 97 年相若。² 99 年出版之新書中，銷售冊數最高的是漫畫，佔新書比例之 23.3%，可見漫畫仍有其出版及閱讀市場。³

我國漫畫產業自 2003 年起正式被列入文化創意產業發展計畫，由前行政院新聞局主管，本部於 101 年 5 月 20 日成立，將漫畫納入出版產業之創作端、生產端、通路端及推廣端四個推動出版環節，並從獎勵原創、培育人才，補助發表平台及促進國際交流等面向積極輔導。

綜上，雖然臺灣本土漫畫有著因歷史因素、產業競逐、社會價值觀以及創作技巧等需突破、扭轉及提昇之面向，但臺灣漫畫產業仍有源源不絕的優秀創作人才，以及開拓國內外市場的潛力，值得加強培養、輔導及開發。

（二）大陸地區漫畫產業概況

中國大陸目前全力發展動漫產業，其模式為以動畫為先，由動畫帶動漫畫。依《中國動漫產業發展報告 2012》，中國圖書銷售網站平台「噹噹網」(dangdang.com)2011 年計銷售動漫／幽默類圖書 10,334 種，較 2010 年增長 1,256 種；漫畫刊物方面，至 2011 年 12 月計有《知音漫客》、《漫友》等 60 種，且營運狀況穩定。以中式作品為主的期刊市場占有率達 85%，以日式作品為主的期刊佔 15%。此外，也積極進行國際合作，包括與法國合作系列連環漫畫《包拯傳奇》，及由日本「講談社」與廣西出版傳媒集團共同合設立合資企業。

此外，大陸地區於 2011 年也出現由非官方正式調查發佈，以漫畫家授權產值為計算基準的富豪榜，使漫畫作者及漫畫產業，以具高獲利，高產值的行業形象出現。然而在一片榮景中，大陸地區的漫畫產業發展也存在不少的問題，

² 行政院新聞局，《99 年圖書出版產業調查報告》，2011 年，頁 161。

³ 同上，頁 6。

包括漫畫人才難以滿足期刊的大量用稿需求，仍未能如美國未有具世界影響力的品牌產品，以及盜版仍然猖獗等。⁴

二、與參訪主題相關之本部政策現況分析

各類展會並非只是為期數天的展售與交流活動，而是相關產業實力內涵的整體展現。本次參訪主題為杭州「中國國際動漫節」，謹先就本部目前推動漫畫產業相關政策作為說明如下：

(一)人才獎勵及培育

1.辦理「金漫獎」：「金漫獎」是臺灣漫畫最高金獎，由「劇情漫畫獎」升格而來，成為與金馬、金鐘、金鼎等電影、廣播電視、圖書並列的金獎。「金漫獎」除獎勵持續創作的漫畫家以及具潛力的創作新秀，更於 2013 年增加與漫畫家及漫畫出版密切相關的「最佳編輯獎」，並提高各獎項首獎獎金，以吸引參與。該獎項除具高度精神及實質之獎勵意涵外，獎項的報名、評選及頒獎前後之相關媒體報導，也有效提高漫畫相關新聞的曝光度。

2.辦理國際漫畫研習營：本項計畫於 2010 年委外開辦，3 年之課程主題先後為「提昇漫畫實務能力」、「漫畫家走出去」，以及「漫畫創作大未來」，所邀講師包括臺灣、日本、港澳、馬來西亞、新加坡、法國及比利時等漫畫家與跨界人士。學員有具相關背景的從業人員，以及對動漫畫產業有興趣的社會大眾，學員並採分組制，設定主題合力創作廣告、人物造型等漫畫成品，課程結束後並辦理成果發表。

3.首辦產學合作：為透過產學合作以培育漫畫產業相關人才，於 102 年委外辦理「漫畫產業人才培育計畫」，經由產業界及學術界在課程及實務之鏈接，培養人才，並由學員共同創作本土漫畫人物及故事以作後續推廣，除建構本土漫畫文本，並為「一源多用」的具體實踐。

(二)創作發表平台補助：

刊物、圖書等是漫畫家可以發表原創作品以累積知名度，並提昇臺灣原創漫

⁴ 綜合參考 社會科學文獻出版社《中國動漫畫產業發展報告》，2012 年。

畫市場佔有率的重要管道。「定期漫畫刊物補助」自2003年開始實施，政府組織改造後，文化部於2012年9月訂定「文化部辦理定期漫畫刊物補助作業要點」，經評選補助發行刊登本土漫畫原創作品比例較高的漫畫定期刊物，葉明軒、顆粒及阮光明等受歡迎的漫畫家均於獲補助刊物中連載作品。

在所補助的刊物中，原由「中央研究院」發行的漫畫專刊《CCC創作集》，邀集40多位臺灣本土漫畫家參與繪圖，結合本土史料及漫畫，甚受好評。參與該項計畫之漫畫家皇宇即因2009年在《CCC創作集》上繪畫〈陽炎少女·丹陽〉，獲邀在日本《Comic Gum》月刊連載其《鋼鐵少女》作品。⁵ 該刊為拓展通路，後授權由民間出版社發行，該刊亦於「中央研究院」計畫停止後，經評選成為本部補助之定期漫畫刊物之一。此外，新生代漫畫家顆粒之《許個願吧，大喜!》以及阮光民之《天國餐廳》，亦均於本計畫補助刊物連載，因連載作品甚受歡迎而發行單行本，更進一步獲得「金漫獎」榮耀。

(三)輔導辦展以及海外參展

為提昇臺灣漫畫的國際能見度，本部以組團或補助方式支持漫畫業者或漫畫家赴海外參展，除2012年後即為我常態性參展的法國「安古蘭國際漫畫節」，陸續組團或補助參加「法國香貝里國際漫畫節」、「2012年龐畢度亞洲動漫展臺灣週」、「2013瑞士琉森國際漫畫節」、「邱若龍2013比利時漫畫中心個展」以及「杭州中國國際動漫節」等。此外，由臺灣動漫相關團體主辦的「動漫博覽會」以及「開拓動漫祭」等，本部亦均予以支持輔導。

(四)訂定補助要點，辦理漫畫推廣行銷及海外研習補助

為擴大參與觸角，除組團及輔導參展外，亦辦理「漫畫推廣行銷及海外研習補助」，鼓勵漫畫出版社、周邊商品業者辦理各項活動及前往海外參展。如「東立出版社」及「尖端出版社」所辦理之漫畫及輕小說等徵選活動，即經由獎金及得獎後續規劃，期望吸引人才投身漫畫創作，為臺灣本土漫畫注入能量。

(五)成立臺灣漫畫資訊網

於2011年由文化部委外成立的網站，其中包含商業出版社及獨立創作者、本土及國際等動態資訊，提供予創作者、讀者、出版者交流的平台。

⁵ 蘋果日報，《台灣兵器娘漫畫，首登日本連載》，2010年12月25日。

三、參訪緣由與目的

海外參展是培養漫畫人才視野及提昇作家及作品知名度的重要路徑。大陸地區由於人口眾多，經濟起飛，為全球重視的市場，而杭州舉辦的「中國國際動漫節」為大陸地區動漫產業之重要展會，往年我國業者皆組團參展，今年亦前往設立「台灣動漫館」獨立展區，爰前往考察，期以所得觀察，作為我推動漫畫產業政策參考。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

本年杭州「中國國際動漫節」於4月26日至5月1日舉行，在提倡簡約素樸風氣及將經費轉捐四川雅安地震災民的原則下，取消了大會晚宴及「金猴獎」頒獎典禮等原規劃活動，本次考察以展會為主，行程如下：

日期	行程
4/25 (四)	臺北出發至杭州國際機場
4/26 (五)	上午 觀察開幕式、參觀台灣館及與業者座談 下午 參觀展館
4/27 (六)	上午 參加動漫產業交易會開幕式 下午 參加高峰論壇大師班
4/28 (日)	上午 漫畫名家作品開展儀式暨拍賣會 下午 參觀展館及相關活動
4/29 (一)	上午 參觀展館及相關活動 下午 參展展館及相關活動，下午由杭州出發至臺北 晚上抵達桃園機場

二、參訪議題及內容

(一)杭州「中國國際動漫節」簡介⁶

至2011年12月底，大陸地區各類型的動漫展會總數超過151個，依性質可

⁶杭州中國國際動漫節簡介及相關數據參考《中國動漫藍皮書2012》、活動手冊及中國國際動漫節網站(.www.cicaf.com)資料

分為綜合性展會、專業性展會、學術性論壇或年會，賽事展映評比與頒獎典禮。其中綜合性展會佔 45%，杭州國際動漫節是其中規模相對較大的典型展會模式。

杭州「中國國際動漫節」始自 2005 年，由「中國國家新聞出版廣電總局」、「浙江省人民政府」主辦，「杭州市人民政府」、「浙江廣播電影電視局」和「浙江廣播電視集團」承辦，2007 年正式成為大陸地區「國家」級動漫展，是「“十二五”文化改革發展規劃綱要」重點扶持的會展活動以及「文化走出去」的平台。

杭州「中國國際動漫節」活動內容可分為會展、大賽、論壇、活動四大板塊，美國「迪士尼」、「夢工場」、日本「集英社」，以及法國、加拿大、韓國等國動漫公司，大陸地區「中央電視台」、「中國美術學院」、「中國傳媒大學」等均曾參展。2012 年共有 61 個國家和地區參展，超過 208 萬人次參觀，簽約金額 146 億元人民幣，被認為滙聚了大陸地區動漫產業信息流、資金流與人才流，亦被認為是大陸地區最具影響力的動漫節展。

動漫節所在的杭州，是浙江省省會，擁有「濱江國家動畫產業基地」和「西湖數字娛樂產業基地」等 2 個「國家」級動畫產業基地，「中國美術學院」、「浙江大學」、「浙江傳媒學院」等 3 個「國家」級動畫教學基地。杭州以打造成為中國大陸的「動漫之都」為目標，並期經由在杭州舉辦的「中國國際動漫節」，使杭州動漫產業得以發揮推動經濟發展，提升城市知名度的效益。

(二)2013「杭州國際動漫節」辦理情形及重點活動⁷

1. 會展

(1)會展概述：2013「中國國際動漫節」於4月26日至5月1日在杭州濱江區白馬湖動漫廣場及10個分會場舉行6天，除主會場，亦在「中國美術學院」、「浙江傳媒學院」、「杭州市青少年活動中心」等杭州各地設立10個分會場。期間會展、賽事、論壇及活動46項內容，共吸引美國、英國、法國、瑞士等68多個國家和地區的472家大陸地區及國際企業機構參展，活動期間共有123萬人次前往。參與廠商包括日本著名動畫公司「東映動畫」和出版社「集英社」，以及法國、捷克及韓國出版社與動畫業者等，達成簽立交易意向書和簽約項目171項，購片意向8.4萬分鐘。

⁷參考《中國動漫藍皮書 2012》、活動手冊、會訊及中國國際動漫節網站(.www.cicaf.com)資料

(2)大會吉祥物：杭州國際動漫節設有節展吉祥物「樂樂」，其形象係以《西遊記》的孫悟空為發想原型。「中國國際動漫節」節展辦公室於2012年將「樂樂」著作權授予桐廬縣文化創意辦公室優先使用，此次動漫節並已有「樂樂」水彩筆、圖書禮盒衍生商品展售，將大會吉祥物發展成為文創品牌。

2. 賽事：

(1)「金猴獎」：「金猴獎」的前身是「中國國際動漫節」於2006年起設立的「美猴獎」，該獎係由「國家新聞出版廣電總局」、「杭州市人民政府」和「中國動畫學會」，為動畫、漫畫及相關藝術創作所設立的獎項，頒獎典禮與「中國國際動漫節」同步舉行，並開放國際作品參賽。為提昇賽事權威性，自2012年改為「金猴獎」。今年有美、英、法等30多個國家和地區56部作品入圍，獎金總額人民幣100萬元。評審團包括《阿凡達》以及《丁丁歷險記》特效製作團隊等國際專業人士，計有40部作品獲獎，包括《喜羊羊與灰太狼之開心闖龍年》、《熊出沒之環球大冒險》、《甄嬛傳·敘花列》等動畫及漫畫。

(2)「全國」法制動漫大賽頒獎典禮：由「全國普法辦公室」主辦，各層級司法單位等協辦。本次為第九屆辦理，於2012年10月開賽，3,900件作品參賽，其中漫畫作品3,200多件，參賽單位包括《喜羊羊與灰太狼》等知名製作團隊。獲獎作品並首次被推薦參與「中國國際動漫節」之「金猴獎」比賽，使全國性具宣導意涵之專業動漫賽事與「中國國際動漫節」相結合。

(3)第三屆「中國動漫新銳榜」頒獎：此一獎項與其他動漫獎項，以動畫畫創作者為主體的評選重點不同，此獎項評選對象為動畫、漫畫、圖書出版、動漫授權遊戲等企業機構之管理及執行階層，以表彰鼓勵動畫企業的投入及參與，類似我國「金漫獎」之「年度貢獻獎」。



圖 1：杭州中國國際動漫節開幕典禮



圖 2：杭州中國國際動漫節民眾入場



圖 3：杭州中國國際動漫節入場主背板



圖 4：展場內有關大陸地區相關產業基地介紹



圖 5：杭州中國國際動漫節吉祥物「樂樂」



圖 6：杭州中國國際動漫節標語

3. 論壇：

(1) 高峰論壇之大師班：動畫技術是動畫製產的重要元素。CG (computer graphic) 技術利用計算機技術進行視覺設計及創作，是發展高品質動畫的關鍵，如《少年PI的奇幻漂流》中的老虎以及數十米高的海浪，即為運用該技術所得的效果。杭州「中國國際動漫節」於展期間舉行「從國際視角看CG技術的現在與未來」論壇，邀請「迪士尼」前製片廠主席、大中華區創副總裁Richard Cook、《阿凡達》影片特效創作者Chris Edwards、韓國3D協會會長趙成龍博士、中國3D電影《孫子兵法》導演胡波教授等參與討論，並宣布大陸地區將重點發展是項技術，邀請前揭人士擔任國際顧問，以推動動畫產業升級發展。

(2) 中英動漫教育論壇及其他：「中英動漫論壇」為第二次舉辦，本年在「中國美術學院」舉行，以介紹動漫產業在英國的相關推廣為主。如英國「皇家藝術學院動畫學院」院長 Joan Ashwort 提出在英國運用的「動漫療法」。此外，美國「夢工場」國際拓展部總監 Shelly Page 也與動漫節活動期間參與講座，分享優秀動畫短片所需具備的要素。

4.活動：

(1)動漫產業交易會：「動漫產業交易會」是整合「國際動畫片交易會」、「項目發布洽談會」以及「動漫衍生品授權交易會」，所新推出的專業活動。交易會吸引法國達高集團、日本東映動畫株式會社、央視動畫等 16 個國家 232 家企業機構參與。為提昇交易效率，交易會推出網路項目預覽、展前預約等服務，有興趣的企業可在大會交易網站(chanye.cicaf.com)及中國國際動漫交易網(www.buyanim.com)兩個展會主要網站登錄。此外，交易會亦比照「坎城影展」，首次設立買家俱樂部，提高活動專業性和服務水準。



圖 7：高峰論壇之大師班現場



圖 8：高峰論壇之大師班講師介紹看板



圖 9：動漫產業交易會開幕式



圖 10：動漫產業聯盟交易中心

(2).COSPLAY 超級盛典：

本屆動漫節「中國 COSPLAY 超級盛典」在全大陸地區設立 16 個分賽區，並設有丹麥、日本、韓國、泰國等海外分賽區，以期將該項活動打造成國際盛會，同時亦首次舉辦「世界 Cosplay 活動戰略合作聯盟研討交流會」，邀請歐洲、美洲、東南亞等 Cosplay 活動蓬勃發展國家之賽事組織前往，探討全球 Cosplay 文化現象、產業模式，並成立合作聯盟。

(3)名家漫畫作品展覽暨第三屆中國漫畫拍賣會：本次為第三屆辦理，計有臺灣、大陸地區、俄羅斯、韓國、希臘等 40 多個國家 600 餘件漫畫作品件參展，206 件提供拍賣，交易金額 1,420.3 萬元人民幣。辦理此項拍賣會之目的，在顯示漫畫手稿及作品如同在國際市場屢創新高的藝術作品一樣，兼藝術性及典藏價值。

(4)人才招聘會：共有來自全國 40 餘家企業參與，共推出上千個新人實訓，以及動畫、編劇、設計、美術等專業工作機會，美國迪士尼及大陸地區知名動漫企業均前來覓才。

(5)結合觀光旅遊：此次動漫節亦首次推出杭州動漫旅產品，包括以家庭為客層的「動漫親子遊」，除動漫節會場外，包括杭州中南卡通購物中心等受孩子喜愛的遊樂區；另一條路線是針對參加動漫節貴賓的「動漫商務遊」，包括參訪杭州重點動漫企業，以及欣賞西湖等自然風光。



圖 11：COSPLAY 超級盛典活動標誌

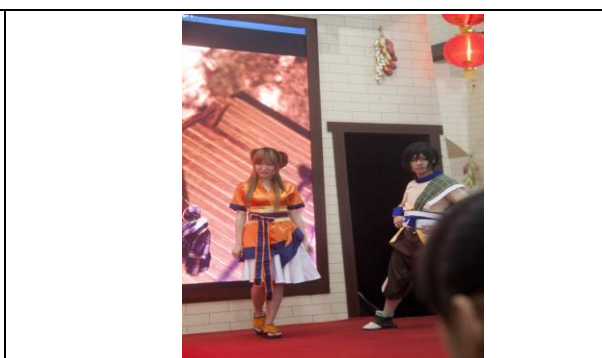


圖 12：COSPLAY 超級盛典的與賽者裝扮



圖 13：名家漫畫作品展覽暨第三屆中國漫畫拍賣會之活動舞台



圖 14：名家漫畫作品展覽暨第三屆中國漫畫拍賣會之作品展覽



圖 15：展場內處處可見之親子闔家歡



圖 16：展場內處處可見之親子闔家歡

(三)重點展館

1. 捷克館：此次是捷克首次組團參展，展品包括 60 幅漫畫及工藝精湛的木偶。木偶動畫主題主要取材自捷克民間經典童話故事，是捷克的強項，此次參展亦將與「上海阿凡提公司」成立中捷合資的「阿凡提國際動畫股份有限公司」，合作項目包括建立國際級的木偶電影工作室，以及預計於 2 年內製作完作木偶動畫電影《大草原上的小老鼠 2》。
2. 歐洲出版館：參展的歐美出版社包括法國 Editions Mosquito 出版社、加拿大 Conundrum Press 出版社、美國 NBM 出版社、德國 Contours 出版社等國家之出版社參展，展出 42 位漫畫作者的 150 幅漫畫作品，作品流露西式風格，許多為單格或四格漫畫，出版社並邀請漫畫家在現場舉行簽名活動。



圖 17：捷克動漫藝術館展出

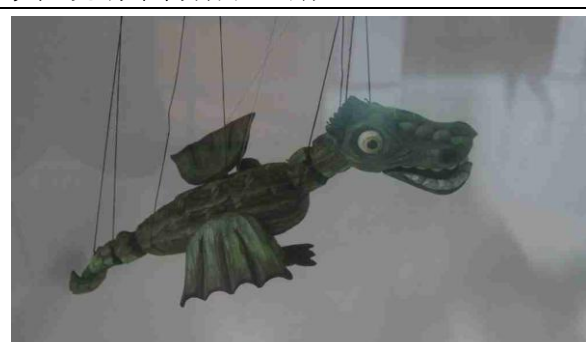


圖 18：捷克動漫藝術館之布偶



圖 19：歐美漫畫展參展出版社



圖 20：參展之歐美出版社介紹



圖 21：歐美出版社參展作品



圖 22：歐美出版社參展作品

3. JUMP 週邊商品館：JUMP 周刊為日本「集英社」旗下刊物，其漫畫周邊商品店由大陸地區「翻翻動漫」首次引進，此次展售《航海王》、《火影忍者》等知名漫畫周邊商品，甚受歡迎，許多限量紀念商品於展期結束前即已銷售一空。



圖 23：JUMP 周刊以航海王立體佈置作為門面

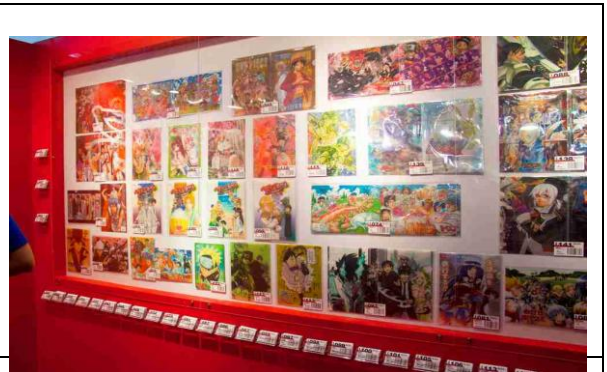


圖 24：JUMP 周刊眾多的限量商品

4. 韓國：韓國今年有 15 家動漫企業組團參展，參展特色以版權交易為主，不做商品展售。每家業者均有版權交易桌，並安排翻譯人員，以方便版權洽談。



圖 25：韓國動漫館及版權桌



圖 26：韓國動漫館

5. 大陸地區展館

依 2012《中國動漫產業發展報告》，2010 年、2011 年備案公示的國產電視動畫片題材以童畫題材最多，教育題材其次，此從動漫節中大陸地區展館的內容可見一二。各省參展電視台展出的動畫片及衍生商品，皆以適宜孩童者居多。



圖 27：福建展館



圖 28：江通公司動畫館，代理國外動畫進口



圖 29：江蘇省廣播電視總台展館



圖 30：《熊出沒》週邊商品展售



圖 31：杭州西湖區介紹其動漫產製成果



圖 32：大陸地區重點動畫《昆格》行銷會

(四)我國業者參展情形

1.參展概述：

本次參展由「中華動漫出版同業協進會」、尖端、東立、青文、木棉花、曼迪傳播、皮皮家族、群英社以及銘顯文化公司等 9 家動漫業者參與。所設立之「臺灣館」和韓國館、捷克館歐美出版展等皆位於「境外展區」，占地 439 平方米，並以臺灣原創作品大型海報輸出作展位牆面布置。展示作品包括「金漫獎」得獎佳作，以及各大出版社所出版之漫畫書，包括《摺紙戰士》、《許個願吧!大喜》、《雞排王子》、《無上西天》《花草關係》等在臺灣即甚受歡迎的漫畫，此外，相關周邊商品亦在現場展售。由於大陸地區盜版猖獗，「臺灣館」展售商品均特別強調是「原版正品」。現場並設有版權洽談區，以利版權洽談。

2.參展效益：

「臺灣館」周邊商品甚受歡迎，現場出現排隊人龍，可見大陸地區民眾已能接受價格高於盜版的正版動漫周邊商品。依「中華動漫出版同業協進會」表示，此次參展現場銷售額約為人民幣 100 萬，略遜於往年，主係因參展多年，於參展模式尚需推陳出新；至在版權銷售方面，以臺灣民間神話「台南安平劍獅」作為人物設定的《鎮邪甲獸—創獅》漫畫，以及《超獸魂》，於展後已分別授權予每期發行 30 萬冊的《漫畫星期天》，及每月發行量 300 萬冊的《漫畫世界》；而網路遊戲公司「九漫公司」等數位業者，亦表達網路及手機漫畫的合作意向。

3. 業者座談：此行亦與臺灣參展業者代表進行小型座談，所獲重點資訊如下：
- (1) 大陸地區於 1990 年代後期發現過度引進日本動畫，除開始禁止日本動畫之引進，同時也扶植原創動漫畫，並將動漫畫作為宣傳及教育的重要管道。從中央電視台至各省電視台均開闢有兒少頻道，作為本土動畫播出的平台。
 - (2) 大陸地區的動漫產業，是以動畫創作開始，再以動畫的人物及劇情改編成漫畫，因此中國大陸的漫畫格式以全彩為主要型式，異於臺灣的黑白漫畫。
 - (3) 由於發展動漫是大陸地區重要政策，官方鼓勵企業及創作者的參與投入，由此亦促進民眾對於動漫的興趣及瞭解。
 - (4) 目前臺灣業者之進入大陸地區市場，主要還是以出售版權為主。台灣尖端出版關係企業副理楊仲傳先生，對臺灣在進軍中國大陸市場的情勢分析如下：
 - 優勢：

與西方相較，臺灣與大陸地區有較高的文化相似性，因此大陸地區出版社對臺灣的作品並不排斥，且沒有如日本及歐美作品每年僅能進口 10 本的限制；此外，臺灣的創作者與大陸地區創作者相較，產量較為穩定，為使雜誌連載能穩定出書，臺灣的漫畫家較易受到青睞。
 - 劣勢：

臺灣漫畫以黑白為主，漫畫書的形式是右翻，大陸地區的讀者習慣閱讀的是彩色漫畫，形式則是左翻，此種文本形式的差異將增加業者的成本；此外，臺灣原創人才亦有待續開發培養，而且其創作數量尚未能撐起龐大的市場。
 - 機會：

大陸地區由於政策支持，加上人口眾多，經濟起飛，使其漫畫雜誌、手機等刊登平台甚多，在以內容為本的需求下，在洽談版權時經常是以一百部授權的基本數量進行整筆版權洽談。而在大量的需求下，其原創人才及作品因供不應求而需向外邀稿。
 - 威脅：

大陸地區的開放，意謂其他國家的動漫產業也可以進駐。就人才而言，臺灣的人才必需和中國大陸以及國際人才競爭；就出版社來說，如日本的「集英社」及「講談社」已分別採授權出版以及合資出版的方式進入大陸市場；而就出版品觀之，韓國的漫畫格式為彩色及左翻，與大陸地區漫畫格式一致，此使韓國的作品因不需增加改變作品格式費用，而較具價格競爭力。
 - (5) 綜合業者意見，臺灣必須鼓勵原創人才及原創作品，並提供作品刊登的平台，

只有堅強的實力，才是漫畫產業海外輸出最有力的後盾。此外，也需設法積極開拓大陸地區市場。



圖 33：臺灣館佈置外牆



圖 34：臺灣館現場展示的漫畫



圖 35：臺灣館參展廠商於品牌下強調正版產品



圖 36：臺灣館為 8 月的台北國際動漫節宣傳



圖 37：臺灣館外排隊的人龍



圖 38：臺灣館強調展出臺灣原創漫畫



圖 39：與臺灣參展業者座談、現場洽談版權情形



圖 40：現場洽談版權情形

參、參訪心得

一、杭州「中國國際動漫節」參訪相關分析:

(一)是政策宣揚的平台

動漫節與產業密切結合，亦即動漫產業是動漫節的重要內涵，而動漫節則以展會及活動促進產業發展，因此動漫節中的會展、賽事、論壇以及活動等設計，皆以使動漫節成為政策宣示、產業成果展示，以及促進海內外交流的舞台。

(二)為以動畫及周邊商品為主的展會

一般而言，全球動漫產業發展可略分為 2 種發展模式，一是集中資源於動畫，再以動畫帶動漫畫及週邊產品，如美國的迪士尼與夢工場等；另一種是以漫畫為基礎，再將之改編為動畫、電影甚至遊戲，日本漫畫發展即為此模式。大陸地區所採取的模式是前者，並由政府、大型企業以及學校全力投入配合，因此「中國國際動漫節」是以「中央電視台」動畫電影、電視節目，以及周邊商品為主體的展會。

(三)內容多元立體，觸角廣泛

全球各式展會均經由策展、定位以建立品牌形象，如「法蘭克福書展」、「安古蘭國際漫畫節」均由此打造在全球相關產業版圖中首屈一指的地位，而德國「萊比錫書展」則將活動擴及整個城市，將全城打造為閱讀城市，作為書展之專業特色。「中國國際動漫節」也於杭州設立多個分會場，主辦單位並已宣布下屆將會再擴展分會場之數量及據點，此與目前臺灣的書展以及動漫展等展會，以固定一個主要場地作為展場的型式不同。此外，在全球結合文化及觀光的趨勢下，杭州今年亦首次將動漫節作為旅遊商品，此如同英國倫敦、美國百老匯以舉世聞名的定目劇吸引全球觀光客、香港書展之吸引大陸地區遊客，皆為結合文化及觀光，以吸引人流，行銷文化節目及活動的作法。

(四)具接軌國際、引領主導的強烈企圖

無論是大師論壇，或是 COSPLAY 超級盛典之在海外設立多個分會場，都顯現「中國國際動漫節」積極廣伸國際觸角，尤以 COSPLAY 超級盛典於全球設立多個分會場，以大陸地區所辦理的賽事為總會場，更突顯動漫節藉此突顯在全球擔任主導地位的企圖心。

(五) 動漫拓展雲端平台

展會內由騰訊手機設立的雲端平台，是大陸地區動漫產業積極拓展至雲端的例子，顯示動漫已不再局限於圖書、雜誌、電視等傳統媒體。在大陸地區，《有妖氣》、《縱橫動漫》等以原創漫畫為內容的網站快速崛起，第 9 屆〈金龍獎〉也增設「微漫畫主題獎」，此均為探索新媒體時代的漫畫平台的努力與嚐試。

二、與我國相關政策之比較分析

(一) 就節展本身而言

杭州「中國國際動漫節」由官方主辦，並結合產業政策推動、成果顯示，頒獎、新片發表會等活動薈集於此年度平台舉行，有效提高此一節展的聲勢及地位。此外，動漫節亦運用分會場概念，將許多活動分散於全杭州各地舉辦，有效擴展活動觸角及影響力。

臺灣的動漫展基本上由民間策展。在 2 月舉辦的國際動漫節，屬民間自行辦理之展覽內容，另台北國書展亦設漫畫館，策展及執行均具高自由度、活潑及創意，亦具人流及金流效益。8 月間舉行的漫畫博覽會則全由民間單位主辦，活動內容以商品展售為主，地點則屬集中式，在台北世貿展館舉行。

(二) 就動漫政策而言

動漫是大陸地區全力推動的文化創意產業，自中央至地方無不踐行此一政策。雖然動漫節所邀請的國際顧問及民間學者專家，建議大陸地區以重金追求動漫產業應穩紮穩打，以漫畫為本打好基礎，並應重質而不重量，然大力推動動漫產業仍屬重要政策，動漫政策在大陸地區可謂由上而下，計畫式之帶動推展。

臺灣之漫畫產業由文化部主管，動畫之輔導業務則為經濟部工業局職掌。文化部對推動漫畫產業甚為重視，相關作為包括本文開始所述之人才、平台及國內外行銷等，未來將續精進，以更具宏觀的視野與格局，進行長期推動。

肆、建議事項

一、立即可行建議

(一) 整合鏈接現行產業各項輔導措施

將現行漫畫輔導各項作法，如人才面的「金漫獎」、產學合作，生產面的定期漫畫刊物補助，以及行銷面的「漫畫推廣行銷及海外研習補助」與海外參展等，以更大的格局及視野，綜整成漫畫創作端、生產端、通路端及行銷端等議題，其中並加上手機等線上平台、開拓本土閱讀市場及大陸地區等海外市場等需掌握之趨勢，諮詢整合漫畫家、產業界及學者專家意見，據以精進現行措施作為，使相關措施更具連貫性的鏈接配套，確實契合市場及產業需求，並發揮引導產業深耕經營，永續發展的綜效。

(二)精進辦展及參展策劃

1. 2014 年台北國際書展中原即已設立買家俱樂部，並計劃將書展作為我文化觀光的一環，未來並可考量將台北國際書展作為發表重要訊息及辦理重要官方活動的平台，以進一步提昇書展之地位。

2. 臺灣每年於 2 月及 8 月間舉辦的動漫博覽會均由「中華動漫出版同業協會」所主辦，該會亦為此次參加杭州「中國國際動漫節」的統籌組團單位，具豐富辦理及觀摩展會經驗。未來參展方面，除可增進展品多元化，並可搭配漫畫家簽書等活動，以提昇文宣效果及參展效益。此外，在我方主辦的展會方面，亦將與主辦單位討論並予協助，在展會廣度、邀請貴賓、版權洽談、及活動觸角上，均更能更上層樓，使展會進一步成為產業發展及國際文化交流的推力。

二、中長期建議

(一) 長期培養漫畫產業多元人才

人才是產業的根基，國家的資產，而人才育成不易，需長年經營培養。漫畫產業鏈與出版產業相同，都需要源源不絕的創作、編輯企畫以及版權經紀等人才，方能維持與提昇產業發展動能。而作為以圖畫為主視覺並需兼具故事性的漫畫，所需人才之專業及語彙，與以文字為主的圖書並不完全相同，因此本部現行推動之原創企畫及版權經紀人才培訓等措施，未來可擴大至漫畫領域，以從創作、出版及授權，拓展臺灣原創漫畫在國內外市場的佔有率。

(二) 進行更細緻的漫畫產業調查

數字會說話；數據是政策釐定的重要參據。漫畫產業調查目前為圖書出版產業調查中之專章，對臺灣漫畫出版、銷售、出版業者獲利狀況及閱讀行為等均有所初

步分析，但對漫畫相關產業從業人口、漫畫期刊種類及發行數量，重要漫畫活動、漫畫校園社團及同人誌族群、以及同人創作所創造之產值等，均尚未納入資料蒐集及調查範圍，建議未來加強相關調查分析。

(三) 建立漫畫行銷識別形象

杭州「中國國際動漫節」是以經典小說「西遊記」之美猴王孫悟空作為範本，創造出吉祥物「樂樂」並成為相當受歡迎的形象識別系統。我國目前對於「金漫獎」以及組團參加國際漫畫節，均尚未建立類此識別標誌，未來可考量辦理徵選、票選及頒獎活動，除用以促進民眾對漫畫的關注，所徵得之作品如具足夠之代表性，亦可推動建立臺灣漫畫的品牌形象。

(四) 鼓勵漫畫創作的深入及跨界

臺灣漫畫閱讀人口仍以青少年為主，創作題材雖趨於多元化，但臺灣漫畫要像在日本成為全民讀物，或是在法國成為閱讀漫畫的習慣，就必須如同文學及電影等藝術創作一樣，有更多的內容題材型式與創作風格。如日本《將太的壽司》是知識漫畫的範例，法國馬塞爾普魯斯特的意識流文學鉅著《追憶似水年華》，也都能改編成漫畫作品，此均為漫畫可以開拓創作題材及閱讀知識人口的路徑。臺灣近年來已出現多本劇情、知識及畫技兼具的漫畫，未來可考量透過如「金漫獎」獎項及鼓勵企畫出版的方式，推動臺灣漫畫走出更多元、深入而寬廣的大道。

(五) 推動試譯本及外銷補助

臺灣只有 2,300 萬人口，拓展海外市場為產業發展所必需。試譯本為漫畫行銷國際必備的素材，可加強補助漫畫進行試譯本選譯製作單行本。此外，亦可考量參考韓國模式，對於獲得授權簽約的漫畫等出版品予以獎金，以除鼓勵臺灣原創作品拓展海外市場，亦有助瞭解我原創漫畫輸出情形。

參考書目

- 一、陳仲偉，《台灣漫畫年鑑》，台灣動漫畫推廣協會，2008年。
- 二、李衣雲，《讀漫畫》，群學出版有限公司，2012年。
- 三、行政院新聞局，《99年圖書出版產業調查報告》，2011年。
- 四、社會科學文獻出版社《中國動漫產業發展報告》，2012年。
- 五、社會科學文獻出版社《中國動漫產業發展報告》，2011年。
- 六、杭州中國國際動漫節活動手冊，會訊
- 七、杭州中國國際動漫節活動網站 www.cicaf.com
- 八、周淑萍，蘋果日報，《台灣兵器娘漫畫首登日本連載》，2010年12月25日