

文化部及所屬各機關出國報告
(出國類別：其他)

「趨勢計畫」赴法研習報告
--考察電子書及漫畫產業

服務機關：文化部

姓名職稱：簡任視察戴金蜜

派赴國家：法國

出國期間：2015 年 11 月 1 日至 11 月 7 日

報告日期：2016 年 1 月 11 日

目次

壹、 摘要

參訪緣由及目的

一、電子書-----2

二、漫畫-----3

貳、 前言

一、國內、外環境情勢分析

(一) 電子書-----4

(二) 漫畫-----8

二、與本部政策現況分析

(一) 電子書-----10

(二) 漫畫-----11

參、 行程安排及參訪議題-----12

肆、 具體成果-----15

伍、 建議事項

一、立即可行建議-----34

二、中期建議-----35

三、長期建議-----37

陸、結語-----40

壹、摘要

本次出國考察係本部與法國文化部、法國在台協會合作辦理「趨勢計畫」甄選臺灣藝文行政人才赴法研習，本人十分榮幸獲選。在此，首先特別感謝文化交流司歐非科科長林慧珠、同仁林千琪及駐本部法國顧問戴程翔先生（Jean-François）對我所提出的節目需求作相當客製化的聯繫安排，以及法國在台協會、法國外交部在參訪行程的協助及翻譯人員薩碧娜(Sabine Lebbe Maillot)女士全程陪同與翻譯，另外也感謝本部駐法國臺灣文化中心的同仁在我訪法期間之協助。

參訪緣由及目的：本次參訪有二目的，期考察法國在面對數位時代，如何發展其電子書及漫畫產業：

一、電子書：

國內最大出版網路通路商博克來在 2014 年下半年與 7-11 合作推出電子書服務，且國內消費者對付費數位閱讀型態接收度越來越高，顯示臺灣數位出版大有潛力。但是我國大部分的出版業者囿於人力仍大多用傳統出版的思維製造電子書，無法開創電子書的經營面貌，加上作者擔心盜版而不願授權、出版社擔心紙電競爭會影響整體收益、編輯人員對數位技術不熟悉等諸多因素影響下，造成國內 EPUB3 格式的電子書量及種類仍相當少，致無法吸引閱讀者投入電子書領域，也讓我國數位出版經濟規模遲滯不前，營收也只占出版社總體營收的 1~5%。雖然本部已有相關的數位出版發展計畫，但在相關數位出版，尤其電子書的發展政策仍有向他國學習之處。

本次參訪的主要目的之一是期能瞭解法國政府如何處理紙本書及電子書定價、電子書版權、網路盜版、數位出版人才培育及相關發展電子書之措施，供本部在相關措施作參考。

二、漫畫：

依據本部出版產業調查資料顯示，2012 年的漫畫出版產值約新臺幣 8 億元、2013 年約新臺幣 8.3 億元，小幅提升，但在 2014 年卻降至新臺幣 6.9 億元，產值僅在 1 年內就減少 16%，國內漫畫市場已明顯出現大幅衰退。另外，臺灣原創漫畫的市占率一向不高，2014 年翻譯漫畫占 91.4%，國產漫畫僅占 8.6%，現加上整體市場萎縮，使得臺灣原創漫畫的發展更加艱困。

我國人長期受日本及美國漫畫及動漫影響，使得近年來蔚為風行的社區彩繪充斥著美國、日本動漫角色，鮮少有我國原創作品。而現在，更值得憂慮的是韓國新興的網路及手機漫畫平台公司在近 2 年挾重金吸收臺灣漫畫家，不僅威脅到國內漫畫出版產業的發展，所衍生的作品，恐皆成為外國創作的產品。我國漫畫創作力一向豐富，但因缺乏一健全產業鏈，致使我國尚無大財團願意投資漫畫產業，漫畫人才因此無法有良好的發展空間，加上日韓及中國大陸的重金吸納人才，我國若不及時以產業鏈創造產值的方式，來留住臺灣漫畫人才，我國原創漫畫文化恐不久因此消失。

近年來，我國漫畫家非常期待能擁有如「齊東詩舍」的漫畫基地，讓漫畫家進駐創作。在多次與漫畫家及漫畫出版社溝通及共識下，本部刻正規劃以漫畫為內容、數位科技為輔成立「漫畫基地」，期培養更多原創漫畫人才，豐富漫畫文本故事，希望以此帶動漫畫產業，再以漫畫產業作為創意內容核心，轉動其他產業。

法國漫畫歷史悠久，著名的安古蘭國際漫畫節及安錫動畫影展均是世界知名之漫/動畫活動，本次參訪目的之二是期能藉此參訪能深入瞭解法國政府如何以政策扶植法國漫畫(包括人才培育、數位漫畫)，讓漫畫翻轉動畫、動漫、遊戲、影視等產業，並投入更多國內/外市場行銷，以建構完整漫畫產業鏈，創造最大產值。

本次的參訪計有 5 天，在法國在台協會的安排下，按照本部的需要，在電子書部分，計參訪負責電子書技術與法律的法國文化部圖書司法規與技術組、國家圖書中心及法國國家出版商協會。在漫畫部分則參訪法國的漫畫集團達高動漫公司(Média-Participation)、漫畫出版社卡斯持曼(Casterman)、安古蘭馬傑利斯影像園區(Pôle Image Magelis)、安古蘭國際漫畫暨影像城(Cité)漫畫博物館及圖書館、安古蘭國際漫畫暨影像城(Cité)作者之家。

本次參訪收穫良多，返國 2 個月內已有部分參引法國作法，著手研議相關的行政措施，尤其是在漫畫產業鏈作法上，參訪成果將在本報告逐項敘述。

貳、前言

一、國內、外環境情勢分析

(一)電子書：

2007 年當亞馬遜推出第一本「電子書」，2011 年電子書銷量在美國首度超越了紙本書。當時就有人預測紙本書很快走入歷史，但是迄至今日，電子書仍未取代紙本書。不過，新的世代可以說是「數位原生代」，加上¹圖書出版隨著數位科技發展及消費者閱讀習慣改變，在 PwC(²PricewaterhouseCoopers)報告指出，2014 年全球數位圖書市場的規模仍達到 187 億美元（約 5,582 億元新台幣），2017 年預計成長至 297 億美元（約 8,866 億元新台幣）。電子書出版品都將有 16% 以上的年複合成長率空間。縱使整體圖書出版產業下滑，電子書在全球 2015 年呈遲滯成長，但是 PwC 卻仍然對電子書持續增長抱以樂觀評價。

¹資料來源：2014 數位內容產業年鑑 <http://www.dcip.org.tw/upload/publish/2013/2013Industry.pdf>

²PricewaterhouseCoopers 為普華永道會計師事務所，全球四大會計師事務所

在幾個電子書發展較快速的國家，其近 2 年的電子書銷售營收亦有成長。³根據美國尼爾森（Nielsen）的資料指出，2014 年美國電子書的銷量下滑 6.1%（從 2.4 億冊降至 2.2 億冊）；但美國出版人協會的資料則顯示，從營收來看，2014 年美國電子書的淨營收（15.8 億美元）比 2013 年成長 4.7%。

⁴英國出版人協會（The Publishers Association）的統計年報指出，2014 年英國實體的書籍營業額為 27.5 億英鎊，比 2013 年（28.8 億英鎊）下降 5%，但在電子書銷售額為 5.6 億英鎊，比 2013 年（5.1 億英鎊）成長 11%。

⁵2014 年日本電子書的市場規模為 1,266 億日圓，比 2013 年（936 億日圓）成長 35.2%。

⁶根據南韓文化體育觀光部的調查，在智慧型行動裝置的普及之下，南韓出版產業正在快速轉移，網路小說(包括手機漫畫)等電子書的紙本化，已成為出版產業的新型態獲利模式，例如，2013 年 1 月推出的《光海的戀人》網路小說，累計至同年 12 月的點閱率已超過 1,380 萬次，成為收費連載小說銷售冠軍。韓國 2013 年圖書銷售額為 43,203 億韓元，與 2012 年（44,431 億韓元）相比，下降 2.8%；電子書的銷售情況方面，2013 年電子書銷售額為 891 億韓元，佔圖書銷售額 2%。

⁷2014 年中國電子書（不含閱讀器）的營收為 45.0 億人民幣，不僅較 2013 年（38.0 億人民幣）成長 18.4%，比 2011 年電子書的營收 5.0 億人民幣，足足成長了八倍。

我國出版業者在 2000 年開始面對數位出版的挑戰，許多大出版社紛紛推出數位出版平

³資料來源：102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

⁴資料來源：102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

⁵資料來源：2014 數位內容產業年鑑 <http://www.dcip.org.tw/upload/publish/2013/2013Industry.pdf>

⁶資料來源：2014 數位內容產業年鑑 <http://www.dcip.org.tw/upload/publish/2013/2013Industry.pdf>

⁷資料來源：102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

台或電子書。如聯合報系成立「聯合線上公司」，提供使用者的數位內容服務；遠流出版公司成立「智慧藏學習科技股份有限公司」專營數位出版與增值服務，也推出「台灣雲端書庫」，以公共出借權的概念（public lending right）與圖書館合作；「凌網科技」成立 HyRead 電子書平台，供應 B2B 市場電子書平台使用，近幾年則推廣電子書平臺至港澳，以圖書館營運模式成功擴展臺灣數位出版品在港澳的市占率；2012 年 Readmoo 電子書平台成立，目前已是臺灣最大 EPUB 電子書服務平台；另外，我國三大電信業者中華電信、遠傳、台灣大哥大也相繼投入的數位書城。

「國際數位出版聯盟」(International Digital Publishing Forum)於 2011 年 10 月正式對外公佈 EPUB 3.0 作為電子書的標準格式，納入 HTML5 與 CSS3，並增加了影音、直排呈現、多國語系統等多項優勢。國際出版協會(IPA)認為所有的出版業者都應採用 EPUB3 標準，如此出版業者間才能夠建立一套可跨越電子書及其他數位出版品的互通全球標準。也因為電子載具能夠提供互動功能，所以隨著科技發展還是有機會開發紙本書沒有的新功能。

⁸根據「102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告」，臺灣有 34.0%出版單位曾出版電子書(含電子漫畫跟 APP 電子書)，12 歲以上民眾中有 46.3%曾閱讀電子書，但是曾出版電子書的出版業，約只有 6 成具備部分電子書製作能力。從電子書出版格式來看，臺灣出版產業還是以 PDF 格式為大宗，比率超過 7 成，採用 EPUB 格式者僅約占 2 成左右。2014 年出版的電子書數量為 1,998 種，原生電子書估計為 272 種。電子書費用為紙本書平均約 62 折，估計電子書產值僅約新臺幣 12.6 億元。從付費意願來看，民眾對於電子書的接受度仍不高，只有 3.0%非常樂意接受此種消費模式，13.7%還算願意，合計接受度為 16.7%，比 2012 年調查結果少約 6%；另一方面，55.1%民眾不太願意付費閱讀電子書，24.1%非常不願意，合計有 79.2%民眾無法接受。

⁸資料來源：102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

因此，可見臺灣的電子書不論在出版社的製作能力或是讀者的接受度，仍相當低，歸咎原因如次：

- 1、出版社擔心影響紙本書銷售，所以電子書售價為紙本書約 6-7 折，而紙本圖書在書店即有 7 折左右的折扣，電子書售價無法吸引讀者購買。
- 2、創作者擔心盜版及權益問題，不願意數位授權，導致電子書內容不夠豐富。
- 3、臺灣出版社多為中小型企業，缺乏數位編輯人才，需外包（第三方或通路）製作，成本相對提高。如果出版業者自行製作，則因各家對製作規範的遵循程度不一，導致電子書品質良莠不齊。
- 4、國人習慣閱讀電子書仍不普遍，且多數民眾對電子書認識不足。
- 5、閱讀及消費平台繁多，且檔案彼此不相容，造成消費者使用不便。
- 6、EP 同步率過低，電子書式商品質量不若紙書市場齊全豐富，導致讀者購買意願低落。
- 7、必須在電腦、Ipad、手機閱讀，螢光幕亮光不適於長時間閱讀，電子墨水的閱讀器雖最接近紙本閱讀，但仍不普及。
- 8、在臺灣書市暢銷榜翻譯書占大宗之情況下，翻譯書之電子版權難以取得，國內出版社擁有暢銷翻譯書之紙本權利，但是並沒有出版電子書之權利；即使為公版經典著作，電子再授權也面臨許多問題。
- 9、一般電子書格式除了常見的 PDF、EPUB、還有 LRF、PRC 等格式，各平臺多樣化電子書格式也導致一書需製作多種不同檔案，增加業者成本，以致製作意願不高，業者不願投資電子書製作。
- 10、大陸網盜興盛，盜版訴訟繁瑣，效果不彰。臺灣出版業者多為中小型企業，因無力負擔龐大訴訟費用，往往放棄提告中國大陸盜版情事，也相對限縮發展電子書的意願。

綜上，臺灣要發展電子書之瓶頸仍相當多。本部在數位出版的預算有限，無法全面發展電子書扶植措施。在 2015 年下半年，本一一檢視出版產業目前面臨的問題點，並召開

多場與出版界之諮詢會，業已研擬相關改善措施，惟因為囿於預算，所以將這些扶植數位出版措施，納入「出版振興方案」2017-2020 中長程計畫，向行政院爭取足夠預算，力求健全數位出版環境。

(二)漫畫：

圖像經濟可帶來大規模的經濟效益，可從美國、日本及法國這些動漫大國看出，其所帶來的不只經濟效益，對其他國家的流行文化的影響更是深遠，其中由漫畫發展出，無論是遊戲、電視劇、電影、動畫及動漫，其經濟產值更是龐大。此外，各國亦非常重視本國的漫畫文化及歷史之保存，例如日本京都的漫畫博物館以及韓國富川市的漫畫博物館、首爾動漫中心，不僅保存該國漫畫作品及產業的發展軌跡，也相對增進該國民眾對於本國漫畫的認同，博物館及漫畫中心更是推廣該國原創漫畫的重要據點。

日本一向被全球尊稱為「世界動漫王國」，由日本打造的漫畫巨浪，洗捲著全世界，⁹日本史上最紅的 20 部漫畫的單行本數量，就有「25 億」本之銷售量。我國對於日本動漫相當熟悉，日本相關的漫畫及動漫作品只要在臺灣展出或銷售，總是造成風潮，以致於我國青少年文化與商品深受日本流行文化影響。日本首相安倍更是將漫畫產業視為可征戰全球的經濟能量，所以推動「酷！日本」政策，要將日本漫畫產業在全世界進一步擴展。

韓國與臺灣同樣為日本連環漫畫傾銷之市場，惟在韓國政府及民間的努力下，近年來漫畫產業已有顯著發展。韓國中央政府每年漫畫預算高達 90 億韓元(約新台幣 2 億 7,468 萬元)。據媒體引述韓國官方統計，該國漫畫產業的經濟收益於 2012 年已達 1.36 兆韓元，約新台幣 375 億元，並於 2012 年制訂漫畫振興法等專法扶植漫畫產業，國會中亦有 35 位國會議員屬於「愛漫畫委員會」，支持漫畫產業預算年年增加。另外，現在在臺灣

⁹資料來源：工業局 2014 數位內容產業年鑑

開始流行的 Webtoon（網路漫畫）是網路(web)與漫畫(cartoon)合成詞，這是 2013 年韓國門戶網站 daum 首次推出網路漫畫，並逐漸擴散到其他國家，以「Made in Korea」網路漫畫積極打入國際市場。雖然韓國漫畫內容比不上美國、日本的豐富，美國、日本數位漫畫係依照紙本漫畫方式，翻頁式閱覽，而韓國數位漫畫則採用自上往下閱覽的方式，這種閱覽方式在以垂直捲動(Scrolling)為主的網路環境更具競爭力。如韓國最大門戶網站 Naver 利用 Line 在日本、台灣、泰國及印尼等國已有 5 億多的客戶，並將與 Marvel Comics 攜手打入北美市場。韓國近幾年在大財團的投資下，網路漫畫平台現況如雨後春筍的成立，目前韓國共有 33 個網路平台，1 個平台最多連載 200 多部作品，33 個平台每周計連載 1700 餘部作品，提供服務的業者多元，有入口網、APP 業者、電子書平台、手機電信業者及專門的網路漫畫平台商，網路漫畫已是 2015 年韓國人最熟悉的日常文化。其中，為全力推廣韓國漫畫，韓國更是中央與地方合作，由富川市政府提供土地興建「韓國漫畫影像振興院」，每年預算約 150 億韓元(約新臺幣 4 億元，資金來源：富川市政府 50 億元、文化體育觀光部 40 億元、京畿道政府 30 億元、博物館門票收入 30 億元)。並設立資金，每年改編 20 本漫畫至電視劇。自 2014 年開始，就有數十部韓劇選擇翻拍人氣漫畫，如：《明日如歌》、《未生》、《欺詐遊戲》、《海德、哲基爾與我》、《浩九的愛》、《LAST》等等，均由韓國知名的演員演出，名氣明星為漫畫作品的加持相當大，也促成韓國漫畫產業日益蓬勃發展。

反觀在臺灣，我國至今尚未有一串連產業鏈的漫畫及動漫據點。¹⁰2013 年及 2014 年出版漫畫種數推估各為 1,420 種與 1,505 種，遠低於 2012 年的 2,553 種。漫畫新書總印刷量，推估 2013 年及 2014 年臺灣漫畫新書總印刷量約為 462 萬冊與 407 萬冊，比 2012 年少了一半；新書平均首刷量也從 2012 年的 3,000 本略減為 2013 年 2,600 本及 2014 年 2,400 本。臺灣主要出版漫畫的機構中，有一半曾出版電子漫畫或 APP 電子漫畫，30% 已曾發行電子漫畫。

¹⁰資料來源：102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

另外，¹¹2014 年出版漫畫中，翻譯漫畫占總出版品之 91.4%，本國人創作新書僅占 8.6%。電子漫畫售價最低是紙本漫畫的 6-7 折，部分採相同售價策略；臺灣主要漫畫出版機構有半數是全部委外販售電子漫畫，半數自行銷售，但電子漫畫銷售冊數甚少，營收平均只占紙本漫畫營收的 1% 左右。從發行種數來看，至 2014 年底，估計發行 1,514 種電子漫畫。從發行語言來看，83.3% 發行正體中文電子漫畫，16.7% 發行日文電子漫畫。

在漫畫人才部分，臺灣漫畫產業長期以來受到日本漫畫影響，加上數位及手機漫畫盛行的影響，我國人才已漸被日本、中國大陸及韓國網羅。臺灣漫畫產業的消退已引起本部及民間業者的憂心，急待轉型以因應環境的變革，臺灣漫畫也急需政府投注更多預算扶植，以協助培育更多漫畫家，提升創作的質量及市占率。因此，在我國的漫畫推廣行銷上，應該思考品牌策略，透過專門的據點，串連產業鏈，以提高臺灣漫畫產值及在國內外的能見度。

二、本部政策現況分析

(一)電子書：

本部近年來辦理輔導數位出版產業發展，除了鼓勵業者能 EP 同步外，也推出「打造數位出版明星計畫」，透過指標性的作家同意授權數位出版，以增加電子書的豐富度。2015 年文化部投入數位出版產業預算約達新臺幣 2,500 萬至 3,000 萬，佔總預算 5%。相關的輔導措施如次：

1、輔導數位出版產業發展補助計畫：

- (1)提供業者製作數位出版品或數位閱讀模式之補助。近 2 年已補助業者轉製將近 1,000 件數位出版品，並加強補助格式符合 EPUB 或 APP 格式，以與國際接軌。
- (2)輔導業者發展創新數位出版營運及閱讀模式：近 2 年已催生至少 3 件成功模式，包括社區雲端閱讀服務平台、以 iBeacon 技術提供客製化數位內容產品行銷服務，以

¹¹ 資料來源：102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

及圖書館電子書借閱導購機制。

2、鼓勵創作：

(1)補助辦理培訓數位出版人才：協助出版業者培育及訓練具數位經營、編輯、行銷專業之人才。

(2) 2015 年啟動數位出版明星計畫，促成夏曼·藍波安、陳玉慧、伊格言、陳柏青、郝廣才等知名作家數位授權，期帶動數位授權風氣。

(二)漫畫：

文化部近 3 年為培育我國原創漫畫家，在漫畫產業各環結相繼推出新的措施，目前在輔導漫畫產業計有下列措施：

1、環境整備：辦理漫畫出版產業調查，提供產業資訊；建置「臺灣漫畫資訊網」提供國內外即時消息，作為漫畫出版業、創作者及讀者的訊息交流平臺。

2、扶植漫畫出版：辦理「金漫獎」、推動漫畫跨界媒合及文創產業優惠貸款。

3、人才培力：

(1)補助定期漫畫刊物，提供國內漫畫創作人才發表平臺。

(2)辦理漫畫產業人才培育計畫，結合課程講授及實務操作，協助學員進入漫畫產業。

4、行銷推廣：

(1)補助國內業者出版及推廣行銷我國優良漫畫，以及辦理漫畫相關展覽活動，促進漫畫產業發展。

(2)編印「臺灣漫畫人才手冊」，徵集國內漫畫人才資訊及編印雙語人才手冊，彙整漫畫創作人才、作品、聯繫方式等，以提供我國各政府機關(含高捷、北捷)及本部各外館運用行銷，期媒合國內各縣市政府及機關團體採用我國優秀漫畫家作品及進行國際交流。

5、國際交流：

(1)安古蘭國際漫畫節參展：每年參加安古蘭國際漫畫節並設置臺灣館，另選送漫畫家參

展、製作漫畫試譯本及補助版權人參展。

(2)法國安古蘭國際漫畫暨影像城(Cité)駐村合作計畫：2015 年由臺、法雙方共同甄選敖幼祥及米奇鰻 2 位臺灣漫畫家，赴安古蘭駐村創作 4 個月，與各國漫畫家進行創作交流。

(3)推動漫畫版權國際行銷：在本部向國際推廣我國具國際市場之圖書平台「Books From Taiwan」增加漫畫試譯本，出版翻譯補助亦從文學擴大至非文學、繪本及漫畫，協助漫畫業者拓展非華文地區市場。

(4)邀請漫畫家海外參展：2014 年德國法蘭克福書展分別邀請漫畫家阮光民、AKRU 參展，2015 年推薦漫畫家張季雅參展。另補助業者參加「日本授權展」及「國際漫畫家大會」等。

6、跨界合作：台北國際書展期間舉辦「華文出版與影視媒合平台」，協助漫畫作品跨界媒合。

參、行程安排及參訪議題

日期	當地時間	行程名稱	會晤對象/職稱	參訪議題及內容
11/1 (日)	晚間	由臺北出發		
11/2 (一)	0650	抵達巴黎		
	1000-1140	達高動漫集團 (Média-Participations)	Mr. Claude de Saint Vincent /總經理	瞭解法國漫畫數位化平台及跨產業發展情形。
	1400-1600	法國文化部圖書司 法規及技術組	Mrs. Cramenil de Laleu/ 法規及技	瞭解法國文化部如何克服推動電子書之障礙。

			術組組長	
11/3 (二)	1000-1200	文化部駐法國臺灣文化中心	蔡主任筱穎及巴文中心全體同仁	討論臺灣文學等出版品國際合作及行銷事宜。
	1430-1630	卡斯持曼(Casterman)漫畫出版社	Mr.Benoit Mouchard/editorial director	瞭解該出版社如何把《丁丁》、《瑪蒂娜》賣到全世界及該公司手機漫畫推廣情形。
	下午	搭高鐵赴安古蘭市		
11/4 (三)	0930-1130	馬傑利斯影像園區(Pôle Image Magelis)	Mrs. Simonet/公關主任	瞭解馬傑利斯影像園區(Pôle Image Mageli)的資金來源，中央政府及地方政府投入比例，及如何協助進駐的廠商(漫畫、動畫、電視、動漫及遊戲等公司)及產業鏈的營運模式。
	1430-1500	安古蘭國際漫畫暨影像城漫畫之博物館及圖書館(Cité de la BD Heritage library)	Mrs. Catherine Bourgouin/ Cité公關主任	瞭解圖書館如何典藏漫畫作品及如何數位典藏紙本漫畫書。
	1630-1830	安古蘭國際漫畫暨影像城之作者之家(House of Authors)	Mrs. Pili Muñoz /作者之家主任	瞭解「作者之家」之組織架構，及如何提供外國漫畫家駐村期間相關協助；及臺灣漫畫基地成立，協請該單位協助國際漫畫家駐村相關文件。
11/5 (四)	1100-1200	兒童消費品歐洲中心(The European	Mrs. Inés de la Ville/主任.	瞭解該學校以兒童及青少年市場營銷和消費課程內容。

		center for children prodcuts (CEPE))		
	1200-1430	與安古蘭國際漫畫暨影像城 3 位主任午餐		
	下午	搭高鐵返巴黎市		
	晚間	出席作家紀大偉的科幻作品「膜」法文版在巴黎之座談。		
11/6 (五)	1000-1200	國家圖書中心(CNL)	Ms. Jane Rivière	瞭解法國政府輔導出版社及平台發展電子書之措施及預算來源。
	1430-1600	國家電影中心數位 創意司(Department of creation CNC)	Mrs. Pauline Augrain/ 數位 創 意服務組組長	瞭解法國政府支持動畫/漫產業之輔導措施，CNC 與其他相關之政府機關在動畫/動漫產業之分工及合作。
	1630-1800	法國國家出版商協會(SNE)	Mrs. Virginie Clayssen/董事長	瞭解法國作家授權出版社製作電子書的情形及 SNE 如何與法國政府合作推動電子書。
	晚間	參訪法國獨立書店「莎士比亞」書店		
11/7 (六)	上午	搭機返臺		
11/8 (日)	上午	抵桃園機場		

肆、具體成果

由於本次參訪的議題分別是法國電子書及漫畫相關發展，故具體成果並非按參訪時間順序敘述，而是以主題電子書及漫畫分別陳述，較能完整呈現該 2 主題之參訪情形及成果。

一、電子書

¹²法國易普索公司（Ipsos）在 2015 年所做的法國與閱讀（Les Français et la lecture）調查指出，15 歲以上的法國民眾，有 90%表示過去一年曾讀過至少一本書（含漫畫），其中，紙本書閱讀率為 89%，電子書閱讀率為 19%；就閱讀量而言，15 歲以上的法國民眾平均閱讀 16.3 本書，包括 14.5 本紙本書與 1.8 本電子書。

近年來大型網路書店（尤其是亞馬遜）的來襲，法國在 2014 年通過一項法案，禁止網路書店免費提供送貨服務，即知名的「反亞馬遜法」，亞馬遜所採取的反擊為，每筆訂單僅收一分歐元運費。另一個與亞馬遜有關的話題是，2013 年底法國家樂福（Carrefour）開始販售兩款自有品牌電子書閱讀器：NolimBook 與 NolimBook+，售價分別為 69.9 歐元及 99.9 歐元。另外，也推出自有的電子書城，擁有 10 萬本法文書。或許是受到 NolimBook 的影響，當下亞馬遜在法國的 Kindle 從 79 歐元降價至 59 歐元。

除了網路書店的挑戰外，法國現在也正面對另一項衝擊，目前法國電子書的增值稅（VAT）為 5.5%，盧森堡電子書的增值稅為 3%，皆比其他歐洲國家低（如英國為 20%、德國為 19%），歐盟規定於 2015 年起，電子服務的增值稅採以消費課稅，部分國家的增值稅需有所調整，包括法國與盧森堡。但是法國政府認為降低加值稅有助拓展電子書的市場，因此提出申訴，不過歐盟法院認為，電子書屬於「服務」的提供，仍應依照規定調整，雙方的爭議依舊相當大。

¹²資料來源：「102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告」

¹³根據法國國家出版商協會（Syndicat National de l'Édition）的統計，2013 年是法國電子出版業騰飛的一年，圖書銷售榜前 50 的品種中超過 2/3 都出版了相對的電子版。在推出新書時，越來越多的法國出版社選擇同時推出 EP 同步。但是總體而言，法國的電子書產業較美國起步甚晚，時至今日，經常使用電子書的讀者也只占總數約 3%。

不過，法國政府對於電子書業的重視與日俱增，政府積極制定數位出版相關政策。例如法國對出版業者提供近 3000 萬歐元以提升其數位化，這筆預算來自出版業者的納稅，等於回饋到自身。法國政府的補助項目相當多元，希望讓電子書量快速成長。

法國政府在捍衛文化的多樣、多元性，比其他國家一向較積極，在數位出版這一塊，同樣地，法國已早有作為。為保護版權為打擊網路盜版和非法下載行為，法國政府在 2009 年通過了「創作與網路法」，並成立了一個獨立的公共機構「網路著作傳播與權利保護高級機構」，著作版權所有者一旦發現網路著作出現侵權行為，可向該機構舉報。法律規定，獲取未經授權或受保護作品行為屬於違法，可被核處 30 萬歐元罰款和 3 年監禁，協助傳播個人將被處以 3 萬歐元罰款和 6 個月監禁。

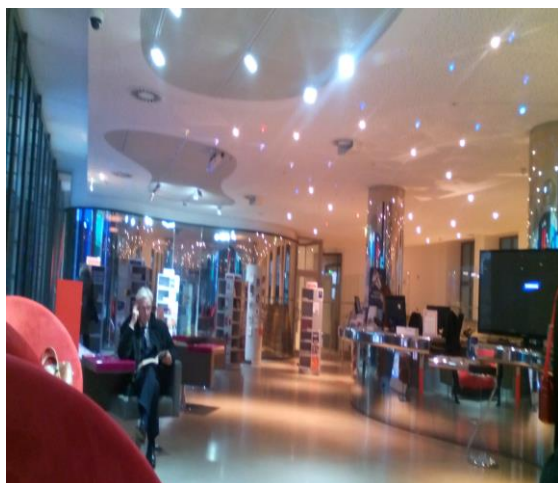
以下是針對電子書本次參訪機構之具體考察摘要：

（一）法國文化部圖書司法規及技術組

法國文化暨傳播部是法國掌管文化事務最高政府部門，於 1959 年成立，是當時歐洲第一個中央級文化行政機構，首任文化部長馬樂侯（André Malraux）為讓文化普及全法國，在人口超過十萬的各省城市設置文化之家（La Maison de la Culture），推廣戲劇、音樂、舞蹈、造形藝術等活動，此舉已揭示文化行政主導權不應集中於中央（巴黎），文化建設之部署，亦不得集權中央。法國文化行政機制依政府行政層級分為中央政府及地方政府：中央政府以文化部為主；地方政府則以（省）區政府（R

¹³ 資料來源：<http://blog.udn.com/jason080/11964936>

égion) 之文化部設立機構為要，其次，地方政府各級單位亦有相對之文化預算與機構設立。



上圖：法國文化部相當現代化的入口，並提供休憩區及文化活動 DM 展示區

本次參訪係由文化部法規及技術組組長 Mrs. Cramenil de Laleu 率其同仁接見，主要討論的議題及內容綜整如次：

- 法國的稅法將紙質書納為文化產品，增值稅率只有 5.5%，2012 年法國已電子書從列為電腦產品的增值稅 19.6%降到同紙本書 5.5%，惟 2015 年 3 月歐洲法院作出判決：歐盟成員國課徵電子書增值稅（VAT, value-added tax）時，不可與紙書享有同樣優惠稅率（reduced rate of VAT），因為電子書是「服務」（service），不是「貨物」（goods）。在此原則下，法國與盧森堡也必須在 2015 年調整電子書增值稅率。目前法國正說服其他歐洲國家支持電子書稅率調降。
- 2011 年 5 月，法國電子書統一價格法令正式施行。法令複製了自 1981 年開始實行的實體書統一銷售定價規則，即規定在法國市場的出版社必須制定電子書零售的單一價格，儘管電子書的銷售管道多樣(手機、平板電腦等)，不同管道的經銷商都要維持出版者的統一定價。會議中 L 組長表示德國 2016 年也會跟進。

- 2014 年 3 月 17 日法國文化部立法推出圖書監察使(médiateur du livre)，以協調有關圖書之爭議。
- 針對作者權益，法國協調了 4 年終於推出作者與出版社的契約範本，契約對紙本書及電子書，及衍生商品都有明確規定，法國文化部已提供其範本供本部參考，本部已翻成中文，正研議如何運用在我國數位出版相關措施。
- 國際數位出版論壇(IDPF) 2015 年下半年決定把歐洲總部設在法國巴黎。由新設立的歐洲數字閱讀實驗室(EDRLab)主責。法國政府和出版相關產業以 150 萬歐元支持 EDRLab。該實驗室的目標是促進 EPUB 和 Web 技術的發展。法國官方及出版界相信此舉會提升法國電子書之發展。IDPF 也正規畫在日本或大陸設立亞洲地區的閱讀實驗室。

(二) 法國國家圖書中心

法國國家圖書中心(Centre National du Livre、CNL)成立於 1946 年，是推動法國出版事業發展的官方機構，年度總預算計 4200 萬歐元。主要目標是支持出版相關產業及閱讀活動，包括提供作家資助金、提供出版翻譯資金、書店開業、圖書館出版品館藏及文學活動等等，除以資金支持獨立書店外，也提供零利率貸款，舉辦獨立書店推薦計劃(Recommended Independent Bookstore)，入選推薦名單的書店，又享有稅務減免。該中心並提供各項補助在海外行銷法國圖書，如提供給希望赴法停留一段時間以完成其欲翻譯之法文作品的外國譯者，法國國家圖書中心核予之補助為期自一個月至三個月，另外針對特殊計畫者則給予譯者最多六個月之補助，讓譯者得以在法國生活且順利完成將法文作品翻譯成外文之工作。

本次參訪係負責數位出版補助的 Ms. Jane Riviere 接見，主要討論的議題及內容綜整如次：

- CNL 的運作基金來源除了來自文化部的預算外，最主要的財源來自以下 2 途徑，法

國用這些稅來補助出版社、作者、翻譯者及電子書。

a.出版營業額的 0.2%附加稅。營業額低於 50 萬之出版社則享有免稅。

b.買影印機、掃描機等複印材料的 3%附加稅(但這項稅收已由 2014 年的 3080 萬歐元降至 2890 萬歐元)。

- 法國政府自 2008 年開始補助電子數(含雜誌)，之前作法是鼓勵創新模式，如多媒體、APP，惟效果不佳，所以現在作法是採較務實作法，即補助電子書或平台，及培育人才為主。

大概補助類型如下：

a.國家圖書館數位化國家文化出版品。

b.各出版社數位化之前出版的紙本書，同時也鼓勵 EP 同步。

c.目前出版電子書除補助出版社外，也直接補助作者，以鼓勵作者出版電子書之意願。

d.補助各專門平台：如漫畫數位平台、文學平台、學術平台(含連僅一章節的學術文章，也可申請補助)。

e.補助小型出版社培養數位編輯等人才。

- 圖書館的電子書採購是需透過向書店購買，而非直接向出版社及通路商購買，且需高於一般民眾買的價格約 2~3 倍。電子書最多可借出 50 次，可同時借出 10 次。
- 目前法國電子書的平台都是出版集團自行架設，未有電信業者架設之平台。
- 法國政府新的補助策略是以規模較小的出版社為主，較不會補助已有能力之大型出版社。

(三) 法國出版商協會(Syndicat national de l'édition)

法國出版商協會是法國圖書出版社的同業公會，成立於 1874 年，¹⁴目前大約有 670 家成員單位，其成員單位業務的總和占法國出版業總業務的大半，因此協會足以代表法國的

¹⁴ 資料來源：維基百科 https://fr.wikipedia.org/wiki/Syndicat_national_de_l%27%C3%A9dition

出版業。

協會的宗旨是代表出版商的利益、捍衛出版自由、促進對知識產權的尊重、促進和支持圖書(含電子書)銷售定價制及促進民眾閱讀寫作能力的提高。

法國出版商協會代表法國加入了歐洲出版聯盟（Federation of European Publishers，FEP）和國際出版協會（International Publishers Association，IPA）。

本次參訪係由法國出版商協會董事長 Mrs. Virginie Clayssen 率其同仁接見，主要討論的議題及內容綜整如次：

- 法國出版業特色呈集團化，其中阿歇特集團(Hachette)和艾迪帝集團（Editis）是二大出版集團，這兩大集團的出版量就佔了法國出版業的百分之五十，其他大出版集團如佛拉馬利翁集團（Groupe Flammarion）、阿瑪丹集團（Harmattan）、伽利瑪集團（Groupe Gallimard）、達高動漫集團（Média Participations）等等。目前法國出版大集團多半都會 EP 同步出版圖書。
- 2014 年法國電子書大約佔法國圖書銷售的 6.4%，與 2013 年相比上漲 4.1%。法國電子書市場在 2014 年的總估價為 1.614 億歐元，與 2013 年相比增長 53.3%。
- 為打擊網路盜版和非法下載行為，法國政府在 2009 年通過了「創作與網路法」（Creation and Internet law）的反盜版法案，凡是非法下載遭舉發者，執法單位將有權中斷其網路連線，若超過兩次，執法單位得中斷其網路連線長達一年。

二、漫畫

法國漫畫歷史悠久，1830 年，世界上第一本漫畫雜誌《漫畫》就誕生於法國。「漫畫」

的法文字是「Bande Dessine」，一般簡稱「BD」。在法國漫畫被譽稱為「第九藝術」，與建築、音樂、繪畫、雕塑、詩歌、舞蹈、電影和電視藝術並列。歐洲主要的漫畫出版市場是在法國和比利時。

¹⁵法國捷孚凱公司（GfK）的資料指出，2014 年法國的漫畫銷量約為 3,500 萬冊，較 2013 年下降 0.3%；至於漫畫產業的營業額方面，亦從 2013 年的 4.17 億歐元，下降為 2014 年的 4.09 億歐元，減少 2.0%。

法國有許多大規模的漫畫集團，其漫畫創作為動畫片的創作提供了源源不斷的素材。比如：描寫高盧人反抗羅馬人入侵的長篇幽默歷史漫畫《亞力歷險記》中的亞力，享譽全球的漫畫經典《丁丁歷險記》中的丁丁。這些法國漫畫出版社許多都是大集團，且串連到動畫及動漫產業，如達高動漫集團(Groupe Média-Participations)是歐洲動漫領先者，創立歷史已逾 70 年，也是法國第三大出版集團。該集團的漫畫在法語國家的市場佔 32%，動畫片市場佔 14 %。

法國是僅次於美國及日本的第三個動漫大國，法國動漫年產量已居歐洲第一、世界第三。目前，法國從事動漫創作與開發的專業人員約 5000 人，整個動漫產業的從業人數近 10 萬。近年來由於法國擁有高水準動漫技術及人才及低於美國製作成本，美國華特迪士尼動漫公司及夢工廠均在法國成立動漫工作室，美國票房創佳績的「功夫熊貓」、「機器總動員」就有多名法國人參與創作。目前法國的動漫片佔法電影出口 40%(資料來源：2014 年法國國家電影中心報告)。

法國 2014 年出品 6 部動漫，吸引法國 504 萬名觀眾觀賞，海外有 346 萬票房，海外票房其中《昆蟲總動員》(Minuscule—La vallée des fourmis perdues)，在 2014 年 1 月在法國上映，上映期間連續獲得兩週票房冠軍。

¹⁵資料來源：「102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告」

另外，離巴黎高鐵 2 個半小時時程的安古蘭市是一座以漫畫為核心的動漫城市，安古蘭市是夏朗德省(Charente)的省府，位於法國南部的小山城，人口約五萬人，每年一月底固定舉辦的國際漫畫節，與美國聖地牙哥漫畫節並稱世界最著名的國際兩大漫畫節。這小鎮其實是孵育法國漫畫產業鏈人才的地方，除了上揭藝術節外，也成立國際漫畫暨影像城作者之家、漫畫博物館、漫畫圖書館、漫畫書店。另外，為了留住漫畫家及相關影像工作者，夏朗德省及安古蘭市並推動馬傑利斯影像產業計畫，一方面支持當地動漫畫相關學校與產業，另一方面提供優惠的補助與場地吸引外地廠商進駐，期為地方創造就業機會，致力打造安古蘭為歐洲漫畫之都。



上圖：充滿漫畫趣味的安古蘭市街景

以下是針對法國漫畫相關產業本次參訪機構之具體考察摘要

(一) 達高動漫集團(Média-Participations)

¹⁶由比利時錄音製作公司於 1985 成立，在 2014 年該集團在法國的營業已是第三大出版集團。1988 年收購法國法國漫畫出版社達高(Dargaud)集團，並於 1996 年成立達高(Dargaud)媒體集團。後來在 2004 年又收購了比利時迪皮伊漫畫出版社(Dupuis)，使得該集團成為法國最大漫畫出版集團。

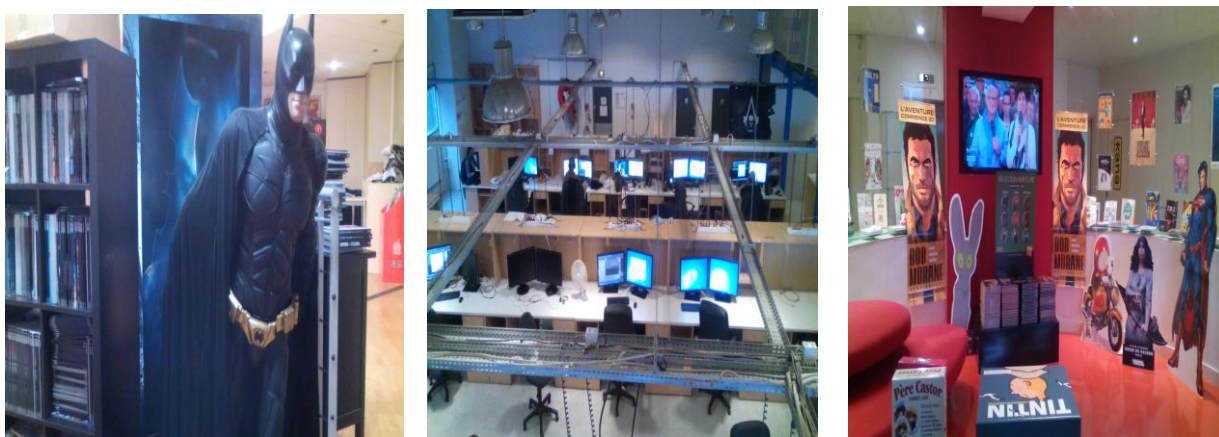
本次參訪係由該集團總經理 Mr.Claude de Saint Vincent 接見，主要討論的議題及內容綜整如次：

- 達高動漫集團(Média Participations)為法國第三大出版社、歐洲最大卡通製作公司，在法國、比利時、義大利、瑞士及美國均設有公司。營業額約 3 億 3 千萬歐元(其中漫畫及圖像小說佔 30%)。以發行不同漫畫和影音出版品為主，並兼營版權經紀，出版歐漫、雜誌、童書及休閒類書籍等領域。善用傳統或數位資源。
- 出版社多達 40 多家，其中較大的幾家包括達高出版社(Dargaud)、迪皮伊出版社(Dupuis)、卡納出版社(Kana)和隆巴爾出版社(Lombard)。該集團的漫畫佔法語市場 32%、動漫/畫佔 14%。卡納出版社是專門出版亞洲漫畫，已是法國引進日本漫畫的最大出版社，日本漫畫在歐洲已日漸普遍及高成長。卡納出版社在 2005 年開始進口日本漫畫，現在在法國市場的佔有率為 33.7%，是法國 24 家出版亞洲漫畫出版社中的第一名。
- 每年銷售約 3000 萬本圖書，包括 2000 萬本漫畫與圖像小說。每年出版近 1000 部新的作品，包括 600 部新的漫畫和圖像小說。每年銷售 230 萬張兒童 DVD。每年發行約 2800 萬本雜誌。年產 1500 小時卡通片，平均 3-5 部卡通片，約 5 年製作 1 部動漫。每個月有 700 萬次網頁瀏覽量。

¹⁶資料來源：維基百科 https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dia_participations

- 集團下設有多個動漫影片製作室(Studio)，如 Ellipsanime、Dargaud Media、Dupuis Audiovisuel 等 8 家，其中達高出版社(Dargaud)和隆巴爾出版社(Lombard)是主要改編漫畫至動漫之公司，同時也製作電視卡通系列。
- 集團下的 Anuman Interactive 公司是主要製作遊戲及互動軟體公司，年營業額達 500 萬歐元。
- 2010 年 30 多家漫畫出版社共同成立 Izneo 漫畫數位平台，以行銷漫畫及衍生商品，目前共同 11000 本線上漫畫書，採線上閱讀每本 1.99 歐元、購買每本 5.99 歐元、每月 9.9 歐元即可閱讀 2600 本漫畫。手機、電腦及平板均可閱讀。同時也有開發 APP。Google Play 上 80%的漫畫均來自 Izneo 漫畫平台。

下圖：充滿漫畫味的達高動漫集團(Média Participations)及其動畫工作室



(二) 卡斯持曼(Casterman)出版社

卡斯持曼(Casterman)為知名法文漫畫出版社，1780 年在比利時成立，原本是一家印刷公司和出版社。¹⁷主要出版書目包括漫畫及少年/兒童圖書兩大類。擁有多項國際著名作品，如《丁丁歷險記》系列已有超過 70 種語言的版本，全球發行之量逾 2 億本。最受矚目是 1954 年開始出版的《瑪蒂娜》系列，至今已有 60 冊故事書及周邊相關產

¹⁷ 資料來源：http://www.llp.com.tw/default/subject/tibe/tibe2014/site/site_02.html

品，法文原創版每年銷量超過一百萬本，全球有超過 33 種語言翻譯版本，包括中文簡體版，並於 2010 年成立電子閱讀網站 www.club-martine.fr。

現在卡斯持曼(Casterman)出版社屬於佛拉馬利翁集團(Flammarion)出版集團的一個部分，該集團隨後又被義大利的 RCS 媒體集團(formerly Rizzoli- Corriere della Sera)收購。



上圖：卡斯持曼(Casterman)漫畫出版社位於佛拉馬利翁集團出版集團大樓中

本次參訪係由該出版社總編輯 Mr.Benoit Mouchard 率其同仁接見，主要討論的議題及內容綜整如次：

- 卡斯持曼(Casterman)出版社由於在 1930 年出版了家喻戶曉的漫畫《丁丁歷險記》而擠身於漫畫世界，版權行銷至 70 多國。
- 也開發青少年領域，Casterman Jeunesse，這個領域下也包含了許多其他出版品，包括被翻譯成超過 33 種語言的著名繪本《瑪蒂娜》。
- 每年至少出版 100 本新作品，佔新書市場的 1/30。其中約有 3-4 本年發行情可達 10-30 萬本，其餘約 3000-1 萬本。在法語區所賣出的漫畫，七本當中就有一本是卡斯持曼(Casterman)出版社所出版的。
- 自 1999 年出版社成為佛拉馬利翁集團(Flammarion)集團下的出版社。佛拉馬利翁集

團(Flammarion)目前在法國、比利時和加拿大都有經營出版、發行、經銷以及書店等業務。

- 出版社國際部門成立 1950 年代，目前國際版權部門有 10 名工作同仁。
- 出版社於 2007 年曾出版我國漫畫家任正華作品「子息」，已經翻譯成法文「Le Fils」。
- 出版社經常會參與台北國際書展，預計 2016 年的台北國際書展也會參展。
- 出版社為因應手機載具之普遍性，已成立手機漫畫平台(webtoon)，其中 50 位線上漫畫家均來自卡斯持曼(Casterman)出版社線上漫畫家，該平台目前仍處虧損狀態，但因手機漫畫已在歐洲漸成趨勢，所以該出版社會持續營運這平台。

(三) 馬傑利斯影像園區(Pôle image Magelis)

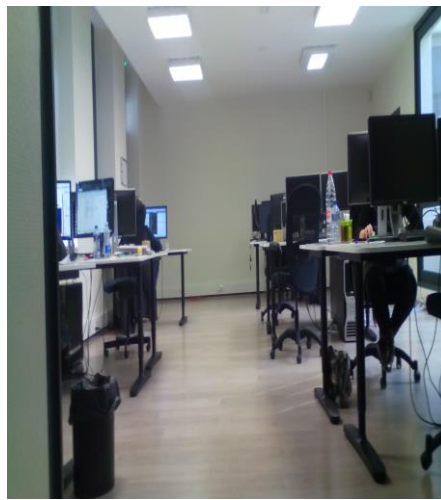
成立於 1997 年，成立的宗旨即以培育創新人才為其戰略，促進多元漫畫創作之產出，進而製作動畫、電影、電視連續劇及遊戲，建立一個具產業經濟效率和生產力的環境服務。園區內設一管理中心，提供園區內的公司如漫畫、動畫、電影和遊戲等公司的服務及補助金，並協助廠商拓展海外市場。

右圖：馬傑利斯影像園區(Pôle image Magelis)管理中心入口



本次參訪係由公關主任 Mrs. Simonet 接見，主要瞭解園區內的公司、業務及預算，內容綜整如次：

- 園區有一常設管理單位，年預算 300 萬歐元，主要資金來自夏蘭德省，其次是中央政府及安古蘭市。該單位會提供園區內的公司協助及補助，每年均會舉辦 5 項大活動，其中包括影像遊戲論壇，以創造園區內的廠商與其他地區相關產業的連結。
- 園區的公司及學校都是舊建築改造。園區內有 10 所漫畫/動漫學校(其中一間是日本開設)、25 間漫畫公司、28 間動漫公司、10 間遊戲公司、10 間數位公司及其他供應商，園區內並設有學校宿舍，供外地來的學生住宿。園區從人才培育、製作、輸出海外已形成一完整產業鏈。
- 園區提供影視、動漫業者專業人力資源、後製及完整設施，讓安古蘭市在漫畫及動畫領域已成為法國最具生產力和創新的中心。



上圖：馬傑利斯影像園區(Pôle image Magelis)之前是一造紙工廠，現在園區內公司皆為舊建築改造，景緻相當優美



上圖：連結馬傑利斯影像園區(Pôle image Magelis)及國際漫畫暨影像城的橋，
使兩個單位關係更密切



上圖：安古蘭國際漫畫暨影像城(Cité)

(四) 安古蘭國際漫畫暨影像城(La Cité internationale de la bande dessinée et de l' image)

國際漫畫暨影像城包括安古蘭漫畫博物館、漫畫圖書館、漫畫書店、漫畫文獻中心、漫畫線上圖書館、藝術電影院、負責國際漫畫家駐村之「作者之家」及一家餐廳。

為了讓我國的漫畫家登上國際舞台，文化部從 2014 年開始，與安古蘭國際漫畫暨

影像城合作，推出漫畫家駐村計畫，2014 年已經選送敖幼祥與米奇鯪到法國駐村，創作相當順利，他們也會參與 2016 年安古蘭國際漫畫節臺灣館活動。

本次參訪係分別由 Cité 公關主任 Mrs. Catherine Bourgouin 及作者之家主任 Mrs. Pili Muñoz 率其同仁接見，參訪的單位及內容綜整如次：

- **漫畫博物館：**

- 1、館內展出美國及法國漫畫計約 400 件漫畫作品、玩具及漫畫廣告。每 3 個月換展一次。
- 2、博物館會定期免費為 12 歲以下兒童舉辦漫畫交流會。



上圖： 漫畫博物館陳設具歷史之漫畫書

- **漫畫圖書館：**

- 1、在法蘭西國家圖書館支持下，珍藏漫畫的畫冊及漫畫書，該圖書館是以法蘭西國家圖書館的藏書標準珍藏，目前計珍藏 7 萬 8000 本漫畫書(另加 4200 家報紙計 12 萬 3000 篇漫畫)，每年可增加收藏 5000 本漫畫冊。
- 2、主要收藏包括法國及國際的漫畫，另外還包括動畫電影、遊戲。
- 3、該圖書館是收藏法國及比利時最完整的漫畫書圖書館，只開放給研究人員，學

者和學生閱覽及借閱。

- 4、目前圖書館計有 7 名員工，漫畫之數位化工作係委託其他廠商處理，並上網至 Cité 平台供民眾流覽。優先數位化早期的漫畫期刊、報紙或圖畫，目前讀者已可在 Cité 網站瀏覽到 100 多年前完整的漫畫作品。
- 5、圖書館也提供教育性質的工作坊供給小朋友及社區運用。

● **漫畫書店：**

- 1、共計 270 平方公尺(約 82 坪)，展售 4 萬本漫畫書及 4000 本新出版漫畫書，以主題陳列，如亞洲漫畫、成人漫畫、報導型漫畫、圖像小說、自傳漫畫、美國漫畫等等。
- 2、書店也販賣漫畫衍生商品及動漫(畫)DVD。
- 3、會定期邀請漫畫家赴該書店與讀者會面交流及辦理簽書會。



上圖：展示豐富多元的漫畫書店，其中也販賣漫畫衍生商品

下圖：書店係以主題展示漫畫書籍，如美國漫畫、駐村漫畫、報導型漫畫、亞洲漫畫及日本漫畫等等，其中我國小莊作品「80年代事件簿」也在展示中



● 作者之家：

- 1、.2002 年增設「作者之家」，接待來自全世界的漫畫家及動漫作者駐村，提供完善的工作室與設備讓駐村藝術家創作、研習及與其他藝術家交流意。
- 2、作者之家會安排創作者與觀眾交流談創作、辦理動漫及多媒體活動，及策展漫畫展覽。
- 3、提供作者相關著作權之法律知識，以保障作者自深相關權益。



上圖：作者之家提供駐村漫畫家之繪圖設備

(五)兒童消費品歐洲中心 (Centre Européen des Produits de l'Enfant (CEPE)：僅臨著國際漫畫暨影像城及馬傑利斯影像園區(Pôle image Magelis)的兒童消費品歐洲中心

(CEPE)，是普瓦捷商學院 (the University of Poitiers Business School (IAE)) 於 2003 年成立的一個學院，也是歐洲惟一以所有兒童消費（玩具、卡通、漫畫、電視、遊戲、食品等行業）學院。課程主要為研究市場營銷和消費文化。CEPE 與法國四個專業組織建立起相當密切的夥伴關係，分別為「玩具、嬰兒用品之法國聯合會」(CLE)、「動畫電影製片人聯盟」(SPFA)、「積極教育方法培訓中心」(CEMEA)及「娛樂軟體出版商聯盟」(SELL)。

本次參訪係由學院主任 Mrs. Inés de la Ville 接見，主要了解該學院的課程內容及理念，內容綜整如下：

- 學院是普瓦捷商學院(University of Poitiers)附設的學校，係以訓練行銷兒童產品的商業學校。課程已含環保生態商品，以保護兒童免於塑膠等有毒製成品。
- 學院名稱雖為兒童消費品，但課程設定目標是以 0-25 歲間的消費群。
- 設有大學及碩士(含博士)課程，其中包括 6 個月至企業實習(法國法律規定，企業需支付實習生薪水)，學生也會至國外之企業實習。實習之企業包括漫畫及動漫公司。該校畢業生已是跨國企業獵人才之目標。
- 該校利用馬傑利斯影像園區(Pôle image Magelis)的協助及優勢，學生可就近與園區的動漫、遊戲及漫畫公司互動，並參與園區每年舉辦 3 次活動，此等優勢可讓學生與產業無縫接軌。
- 學院也招收外國學生，與法國人一樣享有免學費，法文程度差的學生需第一年安排法語課程，該學院正規劃日後開設以英文為主之文憑。

(六)國家電影中心(CNC)

法國國家電影中心（CNC, Centre national du cinéma et de l'image animée）是法國政府於二次大戰結束之後，為了保護電影、捍衛法國文化及輿論影響角色而在 1946 年所創立的行政法人機構，直接隸屬於法國文化部，是主管法國電影的最高機關。

該機構完全獨立作業，通過支配自身稅款收入對各類影視作品提供資助和扶持，收入主要來自電影稅、錄影帶和光碟銷售稅、網絡視頻點播營業稅和電視營業稅等，例如法國獨創的電影稅，每一張售出的普通級電影票都要抽取 10.72%，如果是禁止 18 歲以下觀眾的限制級電影，則是 16.08%的比例。取之於電影，也用之於電影，CNC 透過將近 700 名影視產業工作者所組成 45 個不同的專業常設委員會，不斷地、持續性地和產業保持緊密的溝通與互動，來因應整個影視產業全球化及維護「法國特例」的優勢。

為因應新媒體與科技匯流的發展所帶動業務權限的增加，CNC 於 2009 年在機關法文全名中增列動畫影像（l'image animée）。CNC 所負責相關影視產業有：電影、電視、短片、新媒體及數位創作、技術開發、國際合作、遊戲等等，並都有相關補助的規定。

本次參訪係由數位創意服務組組長 Mrs.Pauline Augrain 率其同仁接見，主要了解該中心對漫畫相關之輔導措施，參訪內容綜整如下：

- CNC 主要輔導電影產業，但是近來年已擴大至遊戲、電子藝術、電視、動畫、動漫、數位圖像及跨媒體。其中在數位新媒體創作範疇中，法國已有漫畫跨媒體展現。每年一月會舉辦「白色論壇」(Forum Blanc)，這是以培訓並與專業人士之間的交流會，為期兩天半的時間。
- 該中心補助動漫產業一年有數百萬歐元。CNC 對於扶持該國國產動漫影視劇的製作與生產具關鍵性。只要法國國內動漫影視劇製作機構所申報的項目，CNC 每年都會給予資金扶持。不過 CNC 補助動漫產業的資金主要來自產業，如電視台營收、電

影院票房稅收和音像銷售稅收。

- CNC 也設有遊戲補助基金，如果產業開發遊戲產品是可免稅的。
- 法國的遊戲主管機關與臺灣一樣也在工業局。

伍、建議事項

一、立即可行建議

(一) **持續鼓勵出版社以國際規格 EPUB3 製作電子書**：礙於成本及技術問題，出版社對製作符合國際規格之電子書仍不普遍，以致我國 EPUB3 規格之電子書數量仍相當少，本部宜持續以補助方式鼓勵出版業者能 EP 同步，在出版紙本時書同時，也出版 EPUB3 規格之電子書，以與世界潮流同步。

(二) **推廣電子書**：由於民眾對電子書太多停留在 PDF 格式，對目前互動式 EPUB3 的電子書仍未有普遍的認識，故電子書無法引起一般讀者的興趣，而本部近 2 年已補助業者轉製將近 1,000 件電子書，並加強補助格式符合 EPUB3，因此，為推廣電子書，本部將主動在辦理的巡迴書展及台北國際書展中，以活潑方式設置輔導數位出版補助成果專區，藉以推廣及行銷優良數位出版品，引領民眾進入電子書領域，享受數位閱讀樂趣。

(三) **增加補助數位漫畫作品**：目前行動載具普及，線上漫畫及手機漫畫成為數位閱讀的主流，網路漫畫平台已漸成為漫畫家創作發表的新天地，加上近年韓國及大陸手機漫畫的盛行，瓜分臺灣漫畫讀者的市場，本部必須改變以往只補助紙本出版刊物作法，將數位漫畫作品納入漫畫補助之範圍，及擴大至漫畫作品的數位發表平台。目前本部已修改補助漫畫相關要點，業把數位漫畫納入補助範圍內，以符合漫畫閱讀

者之趨勢。

(四)持續鼓勵國外出版社翻譯出版我國漫畫出版品：以往本部補助國外出版社翻譯出版我國的作品均只限於文學作品，惟圖像作品遠比文學更容易打入國際市場，因此本部已把該補助範圍擴至其他非文學類，並將漫畫納入，另將具國際賣點的漫畫書試譯成英文，及藉由向國際推廣我國圖書之英文平台「Books From Taiwan」，向海外行銷我國原創漫畫，期藉由在國外出版通路發行，增加臺灣漫畫的國際能見度及銷售量。

(五)邀請重要國際漫畫出版社之版權經紀人來臺參加本部舉辦國際版權研習營：本部舉辦國際版權研習營已3年，每年邀請富國際圖書版權交易經驗的人員訪臺，並與國內出版編輯及版權人員進行2天半的交流，訪臺期間亦參訪我國出版社，除期培養我國國際版權人員外，也向國際輸出更多我國優良出版品。雖然我國漫畫在這幾年藉政府組團參與安古蘭國際漫畫節，至今已為我國漫畫賣出多國版權，但國內出版社尚未大步跨出國門，向世界拓展漫畫市場，本部可規畫本案納入國際漫畫版權人員，與國內出版社及漫畫家交流，培育國內漫畫版權人員，並漸與國際漫畫出版社建立連結，以拓展我國原創漫畫在歐洲及國際市場。

二、中期建議

(一)爭取預算辦理數位出版工作坊：臺灣不缺乏優秀的出版內容編輯人才，在資訊人才上，因為學校教育也培養相當多的人才，但是二者未能有互補，編輯人才不懂科技，科技人員也不懂出版需求，以致出版業的發展遭遇到相當大的人才瓶頸。因此，倘政府能協助出版業者定期辦理數位出版工作坊，除介紹引進最近的數位出版程式外，也可安排數位行銷課程(如利用臉書、Instagram、Google 等平台及大數據，作行銷手法及基礎)，讓傳統出版業人員了解數位出版成功的營銷模式，也藉工作坊讓

資訊人才認識內容編輯的需求，不同領域的專才相互分享經驗及知識，以為出版社培養多方面如數位編輯及數位行銷之知識的人才，傳統出版社才不會因數位時代的來臨，因不懂利用數位的優勢而失去市場競爭力，走上關閉之命運。

(二)製訂作者與出版社圖書、電子書及其衍生商品之定型化契約：為保障作者之權益，解決作者對數位授權之疑慮，及數位出版內容不足之問題，可參考法國文化部製訂之作者與出版社之定型化契約。本部業已將法國文化部協調了 4 年所推出作者與出版社的契約範本翻譯成中文，正研議如何運用以推出符合我國出版環境之契約範本，也期藉定型化契約的制定，提供作者良好創作環境，並建立數位出版示範性的交易模式，讓作者可無顧慮授權電子書，豐富電子書內容，解決供應端不足的窘況。

(三)設立與工業局、影視司/局之平台：我國動畫及動漫主管機關在經濟部工業局，電視劇及電影的主管機關為文化部影視司/局，而這些影像創作均與漫畫有著密切關係，而漫畫主管機關是在文化部，因為主管機關不同，致漫畫產業鏈無法有效擴大至動畫、動漫及戲劇相關產業。為使漫畫的相關產業的輔導措施能整合，宜成立工業局、影視司/局之平台，以利連結漫畫、動畫、動漫、影視戲劇、遊戲等之合作及輔導機制。

(四)成立漫畫基地：臺灣原創漫畫長期以來占比低，日本版權漫畫書一直是國內主要漫畫出版品；另外，我國各類型博物館林立，但仍未有一國家級的漫畫館所，民眾缺乏一個可接觸臺灣漫畫之場域，因此國內民眾對國人的漫畫原創作品認識不多。故提升原創能量、加強跨界媒合、增加臺灣漫畫之露出，乃當務之急。臺灣需要一個國家級的漫畫基地，以國家之力串連產業鏈各環節，期成立漫畫基地能整合漫畫相關產業。目前本部已初步規劃漫畫基地的功能如下：

- 1、提升我國原創漫畫量：邀請國內外知名漫畫家進駐，激盪創作靈感，並定期與讀者互動，使漫畫基地成為漫畫創作及交流場域。

- 2、創造更多漫畫產值：藉辦理漫畫媒合會，協助授權出版，或改編電影、電視劇、動畫、電玩及文創商品，營造健全之漫畫產業鏈，讓更多人才投入漫畫產業。
- 3、展示臺灣原創漫畫：我國至今仍未有一個專營及展示臺灣漫畫作品之地點，致國內讀者及國外相關業者無法全面性的認識我國漫畫原創作品，此一漫畫基地將有此展現我國漫畫作品之功能。
- 4、雲端基地：利用網路等新媒體已是各產業營運新模式，漫畫雲端基地可克服場地空間不足的問題，並可串連創作者、出版社、動畫、遊戲、影視及文創商品等多元社群，創造更多媒合機會，進而吸引國內企業界投資臺灣漫畫產業。

三、長期建議：

- (一) 爭取預算全力培養數位出版人才：為因應數位化潮流及大數據時代來臨，出版業需要兼具數位經營、編輯、行銷專業、程式設計、電子商務專業之跨領域人才；惟我國傳統出版社面臨現有人才數位轉型及數位出版人才不足之問題，本部為解決現況，僅能在有限的預算下補助相關協會團體辦理短期數位編輯人才培育課程。但為有效解決數位出版目前問題，宜全面性的培養數位出版人才，本部業提出「出版振興方案」2017-2020 中長程計畫，計畫中包括本措施，期爭取更多預算，投入培養數位出版人才，活絡數位出版市場。
- (二) 爭取預算大規模補助數位出版品製作及鼓勵明星作家授權電子書出版：法國在電子書的補助經費遠超過臺灣，而我國囿於出版業人力、資金及規模之現制，沒有足夠的資源投入數位化，致使國內數位出版紙電同步率仍不高，數位出版商品量不足，致消費者購買意願低落之惡性循環。如能透過規模化補助機制，協助業者大量製作具有市場潛力之數位出版品，提升紙電同步率，並持續鼓勵出版社規劃明星作家的作品數位化，帶動數位授權，相信在幾年內國內的電子書在質與量均可大幅提升。
- (三) 增建電子書目資料庫：近年來跨境消費係數位出版重要獲利來源，且市場占比呈持

續成長之趨勢，我國出版品在香港、澳門的營收均大幅成長，若能彙整盤點國內數位出版書目資源，供出版業界行銷海外運用，將有利業者開拓數位出版在其他華文地區市場，如新加坡、中國大陸、美國、加拿大、澳洲及東南亞等國家。本部業規劃以臺灣出版資訊網整合平台之書目資料庫為基礎，正透過提出「出版振興方案」2017-2020 中長程計畫爭取擴建數位出版書目資料庫之經費，期將資源整合運用，利用跨境消費的優勢，推廣電子書至海外市場。

(四)協助業者建構自助出版電子書平台：自助出版電子書平台已成趨勢，¹⁸免費電子書出版及通路平台 Smashwords 已經幫助了全球超過 5 萬名作者出版，並且銷售 20 多萬本電子書到 Apple iBookstore、Sony 和 Kobo 電子書平台。¹⁹包括亞馬遜、蘋果、邦諾書店(Barnes & Noble)、新力(Sony)等也都推出自助出版平台，上述業者都是搭配自有品牌的電子書閱讀器與網路書店。²⁰中國大陸「起點文學原創小說平台」，2002 年成立，以 VIP 會員收費模式。目前已經擁有 400 多萬的註冊會員，超過 300 萬名原創作者和 6 萬多本原創小說。而這些自助出版的作品在粉絲的高點閱率及宣傳下，促進授權改拍電影及電視劇的可能性。倘我國能建立一成功自助出版電子書平台，該平台如同文化部推動之「國民記憶庫」，平台的故事成為編劇人尋找的素材，也是發掘明日之星作家之處。²¹

(五)在大學、高職成立漫畫及動漫科系：人才培育要以產業鏈的角度思考，要提高產值，必須要有足夠的漫畫內容，因此需要長期穩定且有系統地培育漫畫及動漫人才，始能在產業鏈的前端有穩定的供應鏈，不管是韓國或法國在培育漫畫人才均在正規教

¹⁸ 資料來源：

<http://buzzorange.com/techorange/2014/02/20/2014-book-publishing-industry-predictions-increased-competition-between-traditional-publishers-and-indie-authors/>

¹⁹資料來源：

<https://news.readmoo.com/2013/04/12/barnes-noble%E6%8E%A8%E5%87%BA%E5%85%A8%E6%96%B0%E7%B7%9A%E4%B8%8A%E8%87%AA%E5%8A%A9%E5%87%BA%E7%89%88%E5%B9%B3%E5%8F%B0nook-press/>

²⁰資料來源：<http://www.bnnext.com.tw/article/view/id/4168>

²¹註：目前我國 Readmoo 已開始推出自助平台犢創(Writemoo)。

育上納入漫畫課程，我國如要漫畫產業能蓬勃發展，在建構平台同時也應培育人才，故在大學、高職成立漫畫及動漫為主之科系，作為供應鏈端的供給者，乃是當務之急。

(六) 與地方政府合作建立動漫產業園區，擴大漫畫產業鏈：我國漫畫主管機關是在文化部，動畫及動漫均為經濟部工業局負責，在目前中央政府無法解決整合漫畫及動畫/動漫業務情況下，本部可循韓國及法國作法，即中央政府與地方政府合作，由地方政府提供土地及園區建置，中央政府提供相對預算提供活動、人才教育課程以及相關配套活動，成立類似馬傑利斯影像園區(Pôle image Magelis)及國際漫畫暨影像城的機構，並辦理全國性及國際性漫畫活動，以產生磁吸效益，聚攏更多相關產業人才，形成動漫流行文化，進而帶動周邊經濟和觀光效益，並使動漫園區充分發揮內容產製及跨界媒合，從人才培育、產業進駐、教育推廣、媒合推廣等整個系列推動，我國動漫產業始能發展。

(七) 以漫畫行銷城市觀光：目前許多國家以視覺藝術總體美化街道，其中漫畫人物因最具童趣及療癒效能，所以最被常運用，我國各鄉鎮這幾年來也開始類似創作，以漫畫將老舊、無趣的房子外牆及圍牆變成畫布，許多漫畫牆更是融入街景，但大多仍抄襲國外漫畫題材，未有我國原創作品。為改善此現象，本部正製作國內漫畫人才資訊及編印雙語人才手冊，俟完成後，將發送各機關及各縣市政府，並結合其他機構及協調市街商家、捷運站採用漫畫人物角色，與城市街道景觀結合，期將整個城市變成美麗的圖像城，也並帶來觀光收入。

(七) 設置漫畫科或專責單位：目前本部專責漫畫業務僅 1 名承辦及 2 名協辦同仁，本部原有的漫畫輔導措施已相當繁雜，倘漫畫基及及動漫園區成立，衍生的工作必然數倍成長。漫畫原創內容為首所形成的文化經濟產業鏈，必需走向國際化，及透過數位網路無遠弗屆的傳播力量，打造版權及衍生商品海外輸出的機會，是未來漫畫

政策的走向，但僅不到 2 名的專責人力負責，不利推動業務，日後在人力組織調整時應成立漫畫科或專責單位，足夠人力始能協助業者發展產業，創造龐大的產值。

陸、結語

數位化的時代，產業發展變化快速，政府必須不停的觀察掌握發展趨勢，製訂符合趨勢的相關扶植措施。我國在電子書的發展，看似百家齊放，但內容不足；在漫畫產業則是個人創作力豐富，但無大產業鏈架構供發展，身為輔導出版業的主管機關，仍需努力的為出版業者建立起一健全的出版環境。雖然臺灣出版無論在內容、設計、創意、行銷均相當成熟，但長期在預算不足下，難有全面的輔導措施。

近年來中國大陸政府力推出版業「走出去」政策，積極開發數位出版產業，在華文市場占有一席之地，我國數位出版尚未形成規模，在面對中國大陸的威脅，臺灣出版繁體中文恐快速被侵略弱化。另外，跨太平洋夥伴協定(Trans-Pacific Partnership, TPP) 12 個成員國已於 2015 年 10 月 5 日在美國亞特蘭大宣布完成談判，並同年於 11 月 5 日在其官網上公布 TPP 協定文本。TPP 生效後，經濟規模可達 28 兆美元，約占全球生產總值的 36%。我國政府為避免臺灣被排除在跨洲際之巨形區域經濟集團之外，淪為亞太經貿邊陲國，已與積極爭取加入 TPP 第 2 輪談判。惟對我國出版產業長期是輸入大於輸出的出版業，勢必造成相當程度之衝擊。

如何於掌握國際市場開放後契機之同時，鞏固出版產業多年耕耘扎根之基礎，強化國際競爭力係本部首要任務。本部已於 2015 年年底向行政院提出「出版產業振興方案 2017-2020 年中程計畫」，本計畫也已將本報告對於電子書及漫畫產業的輔導措施之建議納入，期能爭取到足夠預算，完整產業各面向，全力推動臺灣出版業，改變長期以來我國出版業自輸入國成為具競爭力之輸出國。