

出國報告（出國類別：考察）

韓國出版及動漫畫產業考察報告

服務機關：文化部(人文及出版司)、行政院科技會報辦公室
姓名職稱：戴金蜜簡任視察、羅正棠副研究員、簡志維專員
派赴國家：韓國(首爾市、大田市、富川市)
出國期間：104年10月14日至10月18日
報告日期：105年1月13日

目次

壹、前言	1
一、韓國漫畫產業現況簡介	1
二、我國漫畫產業現況及問題	3
三、參訪緣由與目的	6
貳、行程安排	7
參、參訪觀察及心得	8
一、第 16 屆國際漫畫家大會	8
二、世宗大學動漫系	12
三、Lezhin Entertainment	15
四、京畿道內容振興院	19
五、漫畫趣味路及首爾動漫中心	21
六、韓國漫畫博物館及漫畫影像振興院	25
肆、建議事項	33
一、立即可行之建議	33
二、中期建議	34
三、長期建議	34
伍、參考資料	36
陸、附件-參訪議題預擬	38

摘要

近年來韓國的動漫產業蓬勃發展，並利用手機漫畫平台積極進軍海外，瓜分外國的市場及人才；相較於臺灣漫畫產業，刻正面臨外來漫畫長期占據市場、外國手機平台入侵，原創人才逐漸流失、數位漫畫商業模式尚待建立以及動漫畫分屬不同主管機關管轄等種種問題，國內漫畫家及業者皆寄望本部能考察韓國的作法，提出完整的產業振興措施。行政院科技會報辦公室及本部於 10 月 14 日至 10 月 18 日派出參訪團前往韓國考察，期能瞭解韓國政府輔導漫畫產業之政策及措施，並瞭解手機漫畫等數位內容在韓國的發展情形及其商業模式。

本次考察韓國漫畫影像振興院等設施，參訪團瞭解韓國政府以傾國之力，投入大量資源大力支持漫畫、動畫等內容產業，值得我國政府借鏡，本報告建議應設立一個專門據點「漫畫基地」，提供創作資源及環境，讓漫畫家進駐創作，強化創作端的產製能力，並展售臺灣原創漫畫。此外，應仿效韓國設立國家級的漫畫博物館，可參考韓國富川的經驗，評估與地方政府合作，營造一個在腹地、交通便利性及展示內容皆為國家等級的動漫展示、人才培育及數位典藏的空間，帶動整體產業的發展。

壹、前言

一、韓國漫畫產業現況簡介

近年來韓國的內容產業蓬勃發展，在電影、電視劇、遊戲、動畫及漫畫各領域在國際市場上皆有出色的成績，韓流、韓風儼然成為流行的代名詞。依據韓國官方統計，預估 2014 年韓國內容產業銷售額將上看 96 兆韓元(約新臺幣 2.6 兆元)，其中漫畫產業銷售額約 7,570 億韓元(約新臺幣 231 億元)¹，約占將近 1 %。

雖然漫畫產業在韓國整體內容產業銷售額上並非是表現最出色的業別，但近年的發展卻蔚為話題。特別是隨著行動載具的普及，全球數位行動市場的日益成熟，韓國的內容業者看準未來的趨勢，將國內原本江河日下的漫畫產業與網路科技結合，產生了新的漫畫型式「Webtoon」(網路漫畫)。Webtoon 為網路(web)與漫畫(cartoon)結合的合成詞。美國、日本數位漫畫係依照紙本漫畫方式，翻頁式閱覽，而韓國漫畫則採用符合手機閱讀模式，自上往下以垂直捲動(Scrolling)，更具競爭力²，在亞洲漫畫市場上掀起旋風，「webtoon」也成為韓國漫畫代表品牌。

追溯韓國漫畫產業的發展，1980 到 1990 年代中期是紙本漫畫發展最成功的時期³，青年漫畫家相繼推出獲得高人氣的長篇作品、專門連載漫畫的雜誌開始出現、提供租借漫畫服務的漫畫屋盛行，顯見該國國內的漫畫市場業已發展成熟，1995 年首次舉辦的首爾動漫畫節(Sicaf)讓漫畫、動畫得以國際交流活動的要角，成為文化產業一員。然而隨著國際金融危機、網路遊戲出現等外部因素的影響，在 90 年代後期，紙本漫畫已不如以往的榮景，進入不景氣的寒冬，但在此時，另一種漫畫創作型式正隱然成形，漫畫家們透過網頁，以個人主體的方式呈現故事，進行告白式的敘述，使得讀者透過網路直接與作者接觸，無需透過出版社等

¹韓國的內容產業範疇包含了出版、漫畫、音樂、遊戲、電影、動畫、廣播、廣告、肖像授權、知識情報、內容解決方案等。詳見經濟部工業局，《2014Taiwan 數位產業內容年鑑》，104 年 10 月，頁 77-78。

²資料來源：2014.06.03 臺灣經貿網，〈韓國加強拓展數位漫畫海外市場〉：

[http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/81117/I?keyword0=Lezhin Entertainment](http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/81117/I?keyword0=Lezhin+Entertainment)

³韓國漫畫影像振興院稱 1980 年代為韓國漫畫文藝復興時代，出租漫畫店及漫畫雜誌盛行；1990 年代被稱為漫畫產業時代，大型出版社及動漫公司開始參與漫畫業務。詳見韓國漫畫影像振興院，《韓國漫畫的世界》2015 年 8 月，頁 11-12。

媒介，是韓國網路漫畫發展的濫觴，韓國著名的人口網站 NAVER 及 DAUM 陸續開始提供網友免費閱覽漫畫的服務，網路漫畫得到網友的響應，透過留言及轉載方式，增加了互動性及普及性，讀者的分享及評論成為網路漫畫茁壯的養分，人口網站也藉由讀者所創造的流量獲利。

韓國政府在此漫畫產業典範轉移時期並未缺席，自 1998 年將文化產業列為 21 世紀發展國際經濟的戰略性支柱以來，在法制面上，先後訂定《文化產業振興基本法》(1999 年)⁴、《漫畫振興法》(2012 年)，提供漫畫產業有力的保障，亦使產業發展有明確的政策依據及工具。在執行面上，成立韓國文化內容振興院 (Korean Culture Content Agency，簡稱 KOCCA)、韓國漫畫影像振興院 (Korea Manhwa Contents Agency，簡稱 KOMACON)、首爾動漫中心 (Seoul Animation Center，簡稱 SAC) 等專責機構，負責推動及輔導動漫產業的發展，致力於人才培育、產業媒合以及國際交流。其中成立於 2009 年的韓國漫畫影像振興院，其願景在於成為韓國漫畫內容產業的中心基地，並以達成「韓國漫畫市場 2 億韓元的時代」作為使命。⁵

在官方的扶植及輔導下，韓國漫畫，特別是網路漫畫得到了空前的發展，依據官方統計，韓國人口約 5,000 萬人，約有三分之一的韓國人每天閱覽網路漫畫，目前共有 33 個網路漫畫平台，1 個平台最多可連載 200 餘部作品，33 個平台每周共計連載 1,700 餘部作品，成為 2015 年韓國人最為熟悉之日常文化。⁶驚人的產製能力，帶來後續無限之商機。依據媒體引述首爾科技智庫 Digieco 報告，網路手機漫畫及周邊商品目前市值約 4,200 億韓元(約 129 億臺幣)，估計 2018 年將成長 2 倍多，增加到 8,800 億韓元(約 269 億臺幣)；以韓國職場文化為主題的網路漫畫《未生》即是成功的案例，在 2014 年出版成書，僅在韓國國內就售出 200 萬部，改編為電視劇後更是佳評如潮，獲獎不斷，南韓政府甚至以漫畫的主角為協助兼職員工的新法規命名。⁷

韓國政府的漫畫政策最終目的即是要擴展海外市場，而我國漫畫產業未來如何面對強勢的日本動漫文化以及來勢洶洶韓國的網路漫畫？

⁴ 新北市政府文化局，《2013 韓國動漫觀摩考察計畫報告》，102 年，頁 6。

⁵ 韓國漫畫影像振興院，《韓國漫畫的世界》2015 年 8 月，頁 39。

⁶ 同註 4，頁 14-15。

⁷ 資料來源：2015.11.25 中央通訊社，<http://www.cna.com.tw/news/ahel/201511250325-1.aspx>

二、我國漫畫產業現況及問題

依據本部出版產業調查數據顯示，我國 101 年的漫畫產業產值約為新臺幣 8 億元、102 年約 8.3 億元，但於 103 年大幅度衰退至 6.9 億元，僅僅 1 年內就銳減 16%，國內漫畫市場已明顯出現大幅衰退(如圖 1)；經綜整分析臺灣漫畫產業界的現況及問題，分述如下：

(一) 外來漫畫長期占據我國漫畫市場

臺灣漫畫原創作品市場占有率低，依據 103 年出版產業調查之統計，原創作品僅占 8.6%，翻譯漫畫占 91.4%(如圖 2)，其中海外版權漫畫書的購買來源國主要為日本，占比高達 71.4%。每年分別於 2 月、8 月舉行的台北國際動漫節、漫畫博覽會，展示內容主要還是由日本動、漫畫及周邊商品掛帥，日本漫畫家、動畫聲優(配音員)來臺辦理簽書會及見面會，皆吸引許多漫迷徹夜排隊參與，引發話題。而近年來蔚為風行的社區彩繪充斥著美國、日本動漫角色，已有資深漫畫家大聲疾呼，若不再重視臺灣漫畫家的創作，臺灣文化將會因此消失。⁸

本部的漫畫政策係透過舉辦金漫獎，獎勵優良的原創漫畫作品、創作者及從業人員，致力於得獎作品的推廣及應用，例如與教育部合作，將金漫獎

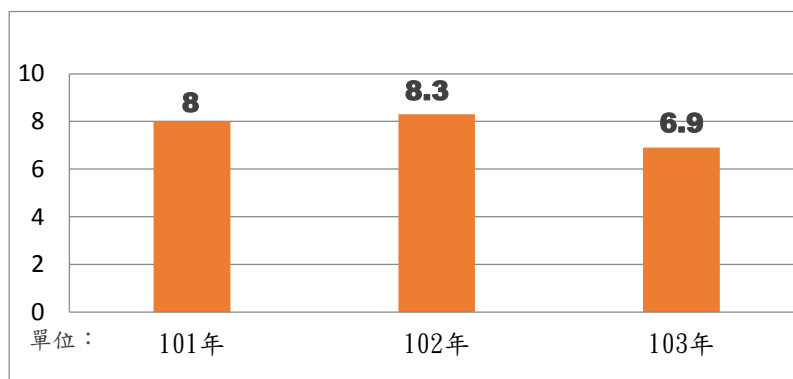


圖 1：臺灣漫畫產業 101 年至 103 年產值變化

資料來源：本部 102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

⁸ 資料來源：2015.04.20 中時電子報，<http://www.chinatimes.com/newspapers/20150420000520-260107>

作品介紹到校園，製作臺灣漫畫人才手冊，推廣到各公私立機關，讓公共空間或商業的代言圖像能優先與臺灣漫畫家合作。另外，透過補助業者出版漫畫及推廣行銷，增加市場的能見度，雖然都有不錯的成果，但囿於資源有限且消費者對臺灣漫畫仍缺少認同感，皆是值得政策檢討的重要課題。

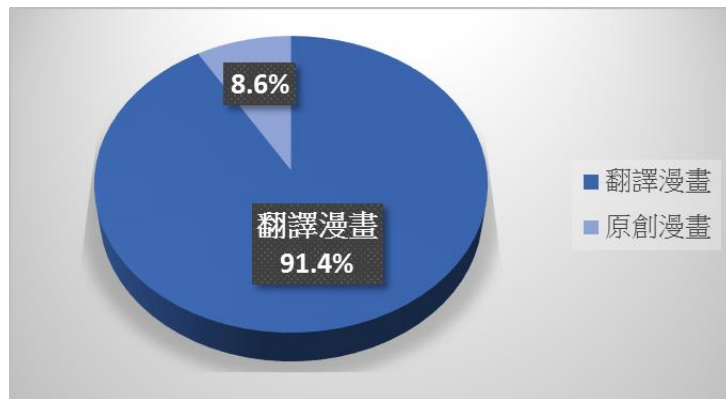


圖 2：103 年原創漫畫及翻譯漫畫之比例圖

資料來源：本部 102 年暨 103 年臺灣出版產業調查報告

(二)外國手機平台入侵，原創人才逐漸流失

除了長期以來臺灣漫畫市占率低的問題外，我國漫畫產業目前面臨到一個空前的隱憂，即是原創人才逐漸流失。如前段所述，韓國手機漫畫平台積極向海外擴張，利用網路無遠弗屆之特性跨國經營。Comico 等手機漫畫平台已在臺灣設點，透過優於紙本漫畫之穩定稿酬，吸引國內創作者於其平台上創作發表。再者，該平台以舉辦漫畫比賽的方式，挖掘國內漫畫新秀，除了其單一獎項的最高獎金新臺幣 30 萬元與金漫獎相同外，還包含了創作工具的贈與、培訓課程以及在平台上連載的機會，Comico 如此不惜重本的投資，即是希望能延攬我國優秀的創作人才。臺灣部分漫畫出版社對此楚材晉用的情形感到憂心，擔心會因此稀釋作者在國內平台如單行本漫畫、定期刊物上創作之機會。未來亦有 IP(知識產權)被國外業者掌控之疑慮，以此衍生的漫畫、遊戲、動漫等皆有可能成為國外作品，侵蝕國內年輕族群閱讀國內創作的版圖，不僅影響出版社之生存，也危及產業鏈的整體發展，無法將原創量

能積聚在國內，更遑論擴增臺灣漫畫的市占率，形成惡性循環。

本部目前雖然有定期漫畫刊物補助，希冀透過定期漫畫刊物，提供漫畫家穩定發表的平台；辦理漫畫人才培育課程，培育新秀並儲備產業人才，但整體漫畫從業者的生存環境，仍需政府投入更多的資源加以改善，才能將優秀的漫畫創作人才及從業者留在國內。

(三)數位漫畫商業模式尚待建立

全球紙本書市場的萎縮已經是各國出版業所面臨到的挑戰，數位電子書已蔚為未來市場的趨勢，數位漫畫、網路漫畫、手機漫畫的市場前景看好。日、韓兩國的漫畫產業已逐漸摸索出數位漫畫內容的新商業模式，然而臺灣業者對於數位漫畫的發展仍持觀望的態度，除了原創內容數量不足外，盜版猖獗亦是原因之一。電子漫畫書不僅數量少，且沒有跨載具平台的數位漫畫內容服務，因此韓國手機漫畫平台得以趁勢大舉入侵，希望能改變臺灣讀者，特別是年輕族群對於漫畫的閱讀習慣及喜好，這些手機漫畫平台，未來將可能取代臺灣尚未發展的原創數位漫畫，使得臺灣在紙本及數位漫畫的市場雙雙被外國業者攻陷。

(四)動漫畫分屬不同主管機關管轄

綜觀世界各國動漫畫產業的發展，動畫、漫畫早已形成一個產業鏈，例如連載近 10 年，在全球各地人氣高居不下的暢銷日本漫畫《One Piece》(臺譯「海賊王」或「航海王」)，改編為電視動畫後亦歷久不衰地於全球 40 餘國播放，獲得極大的成功，更衍生出許多周邊商品、電玩遊戲及主題樂園。法國 2014 年出品的動畫《昆蟲總動員》不僅吸引法國境內 500 萬觀眾，海外也締造 346 萬票房的亮眼成績。

歐美日韓各國政府亦將動漫視為一個完整的產業加以扶持及發展。但在臺灣，動畫產業的主管機關為經濟部工業局、漫畫產業則屬文化部管轄，各自為政，資源及政策分散。若不能有效整合兩者資源並架設政策溝通平台，恐難以串連兩者產業鏈，帶動整體發展。

三、參訪緣由與目的

由於韓國漫畫產業近年來在原創內容的產製能力、跨界運用以及海外推廣皆有亮眼的成績，臺灣亦成為其海外擴張的重要目標之一，國內漫畫家及業者皆寄望本部能考察韓國的作法，為弱勢的臺灣漫畫產業提出振興方案，適逢 2015 年國際漫畫家大會在韓國舉行，主辦單位係由韓國漫畫影像振興院指導，國內的漫畫團體如台北市漫畫從業人員職業工會、臺灣動漫推廣協會每年皆組團參與，已經與韓方建立了人脈關係。為了進一步瞭解韓國政府在推動漫畫產業的相關措施，本部在台北市漫畫從業人員職業工會及韓國漫畫影像振興院的協助之下，於 10 月 14 日至 10 月 18 日至韓國首爾考察相關動漫畫設施，並參加 10 月 14 日位於大田市的國際漫畫家大會開幕式及論壇。本次考察的主要目的有：

- (一) 藉由參加國際漫畫家大會與各國代表交流，瞭解各國漫畫產業發展現況。
- (二) 考察韓國政府輔導漫畫產業之政策。
- (三) 考察韓國政府培育漫畫人才之措施。
- (四) 瞭解手機漫畫等數位內容在韓國的發展情形及其商業模式。
- (五) 考察韓國政府推動漫畫跨界應用及推廣行銷之措施。

本次考察由本部人文及出版司督導及承辦漫畫業務的戴金蜜簡任視察及簡志維前往，本次考察也獲行政院科技會報辦公室重視，為了深入瞭解韓國數位內容發展的技術及趨勢，行政院科技會報辦公室也特派羅正棠副研究員隨同考察。本次考察之旅希望能取得值得參採的措施，作為本部未來推動漫畫產業政策之參考，以期能翻轉臺灣漫畫產業的競爭弱勢。

貳、行程安排

本次考察日期為 2015 年 10 月 14 日(星期三)至 10 月 18 日(星期日)共 5 日。本部依據上述的考察目的，請韓國漫畫影像振興院推薦並聯繫相關設施，由於適逢國際漫畫家大會期間，擔任指導單位的振興院相當忙碌，但卻獲得韓方人員大力協助，實際行程依據韓方聯繫情形及當地交通狀況作適當之調整，安排如下表：

日期	參訪行程	住宿
10/14 (星期三)	桃園機場→仁川機場→首爾	首爾
10/15 (星期四)	首爾→大田 參加第 16 屆國際漫畫家大會開幕典禮 與各國代表交流、出席漫畫家大會論壇 大田→首爾	首爾
10/16 (星期五)	參訪世宗大學漫畫系 參訪 Lezhin 漫畫娛樂公司 參訪京畿道內容振興院	首爾
10/17 (星期六)	參訪漫畫趣味路、首爾動漫中心	首爾
10/18 (星期日)	參訪韓國漫畫影像振興院、博物館 仁川機場→桃園機場	返國

為了使每個參訪行程皆能有深入的考察及交流，本部於出國前業已事先準備參訪問題，請韓國漫畫影像振興院代為轉知各個參訪單位，以利預先準備相關資料，預擬之參訪問題之整理詳如附件。

參、參訪觀察及心得

一、第 16 屆國際漫畫家大會

「國際漫畫家大會」(International Comic Artist Conference) 前身為「亞洲漫畫高峰會」，初始會員國包含臺灣、日本、韓國、香港、中國大陸，自 1996 年舉辦至今陸續加入了美國、加拿大、澳洲、法國、德國、比利時、芬蘭、新加坡、馬來西亞等國，甚至連非洲肯亞、蒙古等地，皆有漫畫創作者前來共襄盛舉，已由亞洲區域性的活動擴展為世界性的漫畫活動。

歷屆漫畫家大會每年於五個常任委員國之間輪流舉辦，由於大會活動是各國漫畫創作者及業者交流的平台，均獲得各國政府重視及支持。2014 年第 15 屆由我國臺灣動漫畫推廣協會、臺北市漫畫從業人員職業工會於高雄駁二舉辦，2015 年第 16 屆輪到由韓國主辦，於 10 月 14 日(星期三)至 17 日(星期六) 在該國中部城市大田市轄內的舊忠清南道廳政府舉辦。

大田是韓國第五大城，也是科技中心，韓國科學技術院 (KAIST)，韓國電子和電信研究院(ETRI)，韓國航空宇宙研究院(KARI)皆位於此，為具代表性的科技城，亦為新興的文化創意中心，此次大會論壇的主題之一為探討新興科技對網路漫畫的影響，選擇在大田市召開漫畫家大會，格外具有意義。

本次大會在 10 月 15 日(星期四)早上於舊忠清南廳政府外廣場的剪綵儀式正式拉開序幕，廳政府內的展示廳則以「微笑－含有笑容的漫畫」為題，展示日本、韓國、中國大陸、臺灣、香港、澳門及馬來西亞等地的漫畫家作品，展期與大會日程相同，皆至 17 日為止。



左圖：漫畫家大會開幕式剪綵；右圖：參訪團與臺灣漫畫家在臺灣展區合影

本部參加本屆漫畫家大會，與臺灣以及來自香港、澳門、馬來西亞代表交流，並全程參與 15 日下午的專業論壇(發表者及題目整理如下表)，以瞭解各國漫畫產業的發展趨勢，發表演說的臺灣代表分別是臺灣動漫推廣協會理事長蘇微希，介紹臺灣漫畫產業的現況；另一位則是漫畫家傑利小子，介紹網路數位漫畫在臺灣的發展；參訪團並與臺北市漫畫從業人員職業工會鍾孟舜理事長就臺灣漫畫的發展以及政府未來的輔導方向交換意見。



左上圖：參訪團與臺灣、澳門漫畫家在澳門展區合影；左下圖：參訪團與鍾孟舜理事長(左 2)交流；右上圖：參訪團與馬來西亞知名漫畫家蔡再鴻(右 1)交流；右下圖：臺灣動漫推廣協會蘇微希理事長於大會論壇發表演說。

國別	發表者	題目
Session1 : Introduction of country status		
韓國	Kwon Hyuk Chun	Report on progress of Korean Webtoon
日本	幸森軍也	About the current comics publishing situation
中國大陸	顏開	中國新漫畫的互聯網
臺灣	蘇微希	臺灣漫畫產業現況
香港	小雲	香港漫畫產業現況

國別	發表者	題目
Session2 : New Webtoon with applying emerging technologies		
韓國	Whan J	介紹韓國網路漫畫創作工具
日本	有馬啟太郎	介紹日本網路漫畫
中國大陸	付嬌	網路漫畫與新興技術未來的發展
臺灣	傑利小子	介紹在臺灣的韓國網路漫畫平台發展現況
香港	何故	新興技術未來網路漫畫的發表

以下將漫畫家大會所觀察到的各國漫畫產業的發展現況綜整條列如下：

(一)日本：

1. 出版品銷售額萎縮：從 1990 年代的 2 兆日元到近年約剩下 1 兆 5000 億日元。
2. 漫畫雜誌之銷售額低：1980 年代開始，漫畫銷售額逐漸由單行本取代。
3. 青年取向的漫畫作品增加：受到少子化以及漫畫故事性成熟的影響，由於漫畫故事性的成熟度增加，除了改編為動畫外，改編為電視、電影的作品也日益增多。
4. 政府及出版社大力推動電子書：日本國內的電子書在 2013 年銷售額突破了 1,000 億日元，其中 80%(800 億元)為漫畫。
5. 漫畫數位保存化受到政府支持：目前政府正在主持進行漫畫雜誌或單行本的數位資料庫，希望從過去的作品著手創出新的價值，並保存利用。

(二)中國大陸：

1. 紙媒式微：2014-2015 年兩年內，傳統紙媒的銷量萎縮了接近 1 半，各知名漫畫雜誌，均有不同程度的銷量下滑；漫畫單行本在 2 年前約有 30 種左右單冊銷量可達數十萬冊，如今能達到此銷量的不足 10 種，且銷量均有 1/3 或以上的跌幅。
2. 手機數位平台改變閱讀習慣：手機平台上出現大量盜版漫畫 APP 平台，學童多以手機閱讀漫畫。
3. 產業鏈開始形成：IP(Intellectual Property，英文知識產權的縮寫)為

大陸當紅的名詞，任何一部小說、漫畫甚至是一首歌曲，都可能被稱為 IP，業者投資成本低的文學、漫畫來培育 IP，透過電視劇、動畫放大 IP 價值，再從遊戲、電影及衍生商品上實現 IP 價值轉變為產值，已經成為中國大陸文創產業業者的共識。

4. 網路漫畫作品量多質低：網路漫畫平台多以短期「求量」作為發展策略，如有「有妖氣」漫畫平台號稱為 4 萬部作品，雖不乏良作，但大多作品內容重噱頭無內涵或是以業餘創作級別的作品為主。
5. 走向集團化、個人媒體的雙元發展：預估中國大陸未來漫畫的創作者或創作團體未來將有兩種不同取向，一為被整合進入大型的創作公司或平台；另一種為獲得分眾市場和核心粉絲的個人媒體創作者。

(三)香港：

1. 香港漫畫星光大道第二期計畫啟動：香港漫畫星光大道位於尖沙咀九龍公園，共展出 24 個香港經典漫畫角色的彩色雕塑及 10 位著名漫畫的銅製手印，至 2012 年 9 月開幕以來，迄今吸引約 100 萬人次參觀。該計畫係由香港政府創意香港贊助，目前將進行第 2 期計畫，除了翻新原有的彩色雕塑外，將會再新增 6 個漫畫角色的彩色雕塑，均為 2000 年後出現的漫畫角色。
2. 漫畫家跨界轉型電影導演及監製：例如漫畫《野狼與瑪莉》的作者鄭健和於 2015 年擔任其作品改編之電影《宅男女神殺人狂》的導演、著名漫畫家黃玉郎擔任藝術電影《我們停戰吧！》之監製，並屢獲國際電影節的殊榮。漫畫家跨界轉型除了為個人開拓新的視野外，亦有益於擴大個人影響力，有助於漫畫作品的銷售。
3. 網路漫畫缺少發表的平台：年輕創作者主要在臉書開設 fanpage 發表作品，其形式有別於傳統連環漫畫或韓國上下捲動式的漫畫，主要以四格漫畫、繪本為主，題材多以年輕人關心的政治、熱門話題及潮流文化為主。

(四)澳門：

澳門雖非國際漫畫家大會的創始會員，惟對於國際漫畫事務的參與相當積極，2016 年第 17 屆漫畫家大會即預定由澳門主辦，本屆亦有 10 位漫畫家參展，2016 年籌委會主席漫畫家陳慶生、副主席黃天俊等人隨團觀摩，為

下一屆漫畫家大會作準備。

(五)馬來西亞：

本次參與漫畫家大會的，還有馬來西亞平方集團的創作總監兼總編輯，知名漫畫家蔡再鴻。聽聞本部有意規劃漫畫基地，他也很高興地向參訪團表示，馬來西亞目前也正在規劃漫畫博物館，預計 2016 年可完成。

綜合來看，各國皆面臨到紙本漫畫衰退、數位漫畫典範轉移之問題，也認知到數位內容將是未來產業發展的新趨勢，因此對於各國未來漫畫產業的發展，提出不同的願景。值得一提的是，本屆漫畫家大會受到韓國漫畫影像振興院的全力支援，對於國外專業人士的食宿、交通及參訪行程皆有妥善的規劃，可看出韓國政府對此國際交流活動的重視及支持，加上澳門及馬來西亞等非大會初始會員積極地參與，漫畫家大會在國際漫壇的重要性將會與日俱增，我國政府嗣後對此活動更應予以支持。

參與本次大會的台北市漫畫從業人員職業工會理事長鍾孟舜亦對本部的漫畫政策提出一些建議，亦將納入本次考察參考，茲整理如下：

- (一) 建議文化部應設立輔導漫畫產業的專責單位。
- (二) 遴選金漫獎、漫畫相關補助案或將來進駐漫畫基地之評審時，建議將創業者、影視及遊戲製作人、網路平台的企業主納入考量。
- (三) 鼓勵政府或民間企業多使用臺灣原創漫畫作品。
- (四) 希望文化部能接手國際漫畫家大會部分業務。

二、世宗大學動漫系

韓國文化體育觀光部在 20 年前即有推動漫畫及動漫育成計畫，韓國高中即有漫畫專門之學校，如韓國動漫高中(Korea Animation High School)，及設有動漫系之高中，如京畿藝術高中(Gyeonggi Arts High School)，另外大學也有多校設有動漫系，如本次世宗大學及韓國國立藝術大學，全國共有 40 多所設有動漫系的學校，由此可見韓國政府全力培育動畫、漫畫人才。

本參訪團在韓國漫畫影像振興院的安排下，於 10 月 16 日上午參訪韓國世宗大學(Sejong University)，該校是韓國綜合型私立大學，其旅遊、藝術、體育及動漫等均相當有水準，多位知名韓國藝人均畢業於該校。負責接待我們的

是該校動漫系教授 Han Chang Wan，他除了以簡報方式向本參訪團介紹該校動漫系目前的師資、學生及課程，同時也帶領參觀相關學生工作室，以下是整理世宗大學提供的介紹資料：

(一)系所概況：

世宗大學動漫系成立於 1996 年，是韓國從大學到博士系統完整的唯一教育的機構。動漫系計有 6 名教授，其中 1 位專門理論、3 位動漫領域教授，其中 1 名為 2D、1 名 3D、1 名電影，以及 2 位漫畫家。目前約有 150 名大學生、100 名研究生(含在職生)及 30 名博士生。在韓國大受歡迎的手機漫畫及其改編的電視劇《未生》，作者尹胎鎬(Yoon Tae-ho)即在該系任教。



左圖：世宗大學入口；右圖：世宗大學動漫系

(二)課程及特色：

韓國大學的動漫系僅有世宗大學提供研究所課程，研究所的課程主要以研蒐漫畫及動漫相關理論及國家政策。同時學校也提供研究所學生教育學分。其中大學一年級主要為基礎課程，二年級及三年級則進入漫畫及動畫之專業課程，四年級生則必須有完成自己畢業作品，其中在二年級及三年級期間亦需有作品呈現，這些作品的展出均是其他企業，如動漫、電視、電影、遊戲及網路公司等公司獵取人才的平台。

動漫系的課程提供完整的漫畫及動漫產業之課程，如卡通、動漫、視覺效果、數位繪畫、3D 動漫製作、3D 人物動漫、3D 燈光、編輯等相關課程，學校提供每位學生有自己的設備及桌子，學生有自己的空間製作動畫作品，同時也設有編輯室及錄音室供學生創作動漫作品；在韓國 40 多個動漫

系中，只有該校提供每位學生個別的創作空間及器材。

(三)就業出路：

除了學程課程，該系也連結產業計畫提供學生畢業後之工作機會，除了上述的二、三、四年級的展覽，學校也建立學生線上簡歷及作品介紹，讓學生可以在通往專業領域前即充份準備好完整的履歷。具體來說，學生畢業後可以進入漫畫出版社、數位漫畫、網路漫畫、遊戲及從事研究者及老師。此外，依據 Han Chang Wan 教授表示，目前韓國手機漫畫作者幾乎皆從該校畢業。



左上圖：擺設許多動漫角色人物的 Han Chang Wan 教授的研究室；左下圖：動漫系學生之工作室；右上圖：Han Chang Wan 教授(右)為參訪團簡報；右下圖：參訪團參觀動漫系保存之影像機。

(四)外籍學生與國際交流：

世宗大學同特也提供獎學金給外籍學生，該系主要的外籍生為中國大陸籍及美國籍，中國大陸的學生在畢業後均返國工作，但是美國學生及其他國籍學生則留在韓國在韓國動漫相關產業界服務，藉此可將國外的優秀的學生投入韓國的動漫產業。

該校動漫系與其他國家大學的相關學系亦簽訂相關合作協議，如 2016 年 9

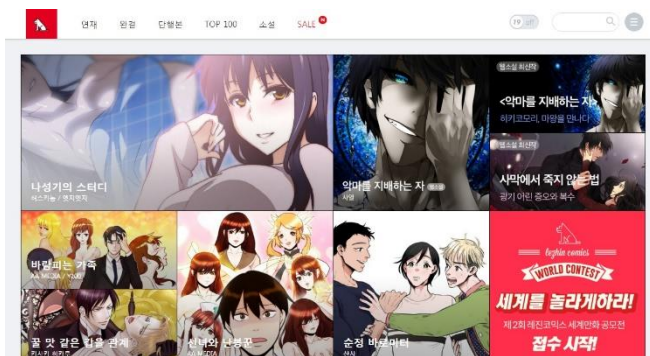
月起中國大陸安徽大學一年約送 20-40 名學生至韓國交換學生，為期 2 年，為全韓語課程，30%的學費由韓方支付。

(五)政府資源：

韓國文化體育觀光部支持學校的動漫教育，其中主要是資助開發新的課程及相關器材，各學校可提供計畫，向文化體育觀光部申請請競爭型經費，申請通過的比例約為 20%。

三、Lezhin Entertainment

本次參訪除了拜會官方及學校推廣漫畫及動漫機構，韓國漫畫振興院也特地推薦參訪團至韓國甫成立 2 年的 Lezhin 娛樂漫畫公司，於 10 月 16 日下午前往拜訪，由該公司事業部主任 Lee Sung Eob 負責接待及解說。



左上圖：Lezhin Entertainment 公司門口的 logo；左下圖：Lezhin Entertainment 首頁(圖片來源：<https://www.lezhin.com/>)；右上圖：Lezhin Entertainment 事業部主任 Lee Sung Eob(著藍色襯衫者)向參訪團簡報及交流；右下圖：該公司門口陳列目前線上連載之作品

自 2013 年韓國門戶網站 daum 首次推出網路漫畫以後逐漸擴散到其他國家，並開始以韓國製造的網路漫畫積極打入國際市場。如前所述，在臺灣韓國已有 2 家網路漫畫搶佔我國漫畫市場，分別是 Comico 及 lineweetoon，屬韓國 NHN 公司，該 2 家是 2014 年甫進入台灣市場，但已開始網羅臺灣優秀的漫畫家作品。數位漫畫無需透過印刷、流通過程，可直接銷售給全球消費者。Line 不僅在日本、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。

除韓國 NHN 大企業外，Lezhin 娛樂漫畫公司亦進軍網路漫畫市場，開始翻譯韓國漫畫，拓展日本、美國及中國等海外市場，該公司自許為南韓網路漫畫的 HBO，計有來自漫畫、電影、line 通訊及三星電子等 7 位創始成員，而目前共有 33 名員工，是由韓國網路遊戲公司 NCsoft 以 480 萬美元投資，成立於 2013 年 6 月，在成立 2 年多的時間，已有 5 萬多名會員，其中少數是來自日本，線上已有 1,000 部漫畫作品，其中韓國及日本作品各佔一半，有一位是來自台灣的漫畫家的作品。該公司在 2014 的毛利營收 900 萬美元，預計 2015 年達 3,500 萬美元。

其營運模式是提供優質的、獨一無二的漫畫及輕小說，以連續劇方式包裝，讀者可以免費閱讀之前及目前的內容，但是如果觀賞日後的內容，則必須要等待上線或付費立即享受閱讀。方式係以購買虛擬貨幣付費，會員約有 10-12% 會願意付費，付費讀者群年齡為 20 多歲的年青人，其成功營運模式，除為公司帶來厚利外，作者也有相當優渥的收入，受歡迎的作者每月約有 10 萬美元之收入。目前該網站週間每日瀏覽量為 30 萬人、週末之日瀏覽量為 50 萬人，每個月可達 500-700 萬的瀏覽量。

至 Lezhin 娛樂漫畫公司如何網羅漫畫人才，Lee Sung Eob 表示是透過比賽，例如 2014 年底舉辦比賽的首獎換算成台幣約有 300 萬，得獎作品並可於日、韓同時連載，大賽分設「少女」、「少年」、「女性」、「男性」漫畫等四個部門，不限制參賽年齡與語言，亦不限制題材與作品件數，僅需 16 頁以上原稿或 Scroll 形式 80 張以上作品。

Lee Sung Eob 主任也表示，該公司採大眾集資方式來營運⁹；該公司的快速成長也讓韓國財閥娛樂公司 CJ E&M 在 2015 年 2 月成為其合作伙伴，另外，該公司也透過日本公司富士企業 Fuji 拓展日本及美國網路漫畫市場，2015 年 11 月進軍美國等其他國家市場。

除了上述 Comico、linewebtoon、Lezhin 娛樂漫畫公司以網路漫畫拓展國際市場外，韓國最大的即時通訊平台 Daum Kakao¹⁰也與中國大陸網路企業 Tencent 攜手，將翻成中文的韓國網路漫畫內容提供給 Tencent。

依據韓國內容振興院(Kocca)表示，2015 年世界漫畫市場規模為 69 億 8,900 萬美元(約新臺幣 2,096 億 7,000 萬元)，其中網路漫畫等數位漫畫規模為 7 億 3,300 萬美元(約新臺幣 219 億 9,000 萬元)，約佔 10.4%。¹¹ 可見其龐大的市場潛力。

如前所述，韓國共有 33 個網路平台，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，茲將該國主要漫畫平台之簡介整理如下表：

平台名稱	簡介
NAVER webtoon	<ol style="list-style-type: none"> 1. 韓國最大入口網 NAVER 所營運的網站，是韓國代表性的網路漫畫服務，多為以角色為中心的漫畫。 2. 設有挑戰漫畫區，透過網路徵件發掘新人，經綜合評價點閱數、評分、留言等項目，獲好評者可正式連載。 3. 作品以周為單位連載，目前共有 271 部作品連載。 4. 2014 年以 Line webtoon 名稱開始上線，並翻譯成英文、中文、泰文等 6 種語言。
DAUM	<ol style="list-style-type: none"> 1. 與 NAVER webtoon 在韓國形成兩強格局，多為故事性強的網路漫畫。著名的「未生」等作品多已翻拍為電視劇。

⁹ 即 Crowdfunding，指透過網際網路展示、宣傳計畫內容、原生設計與創意作品，並與大眾解釋讓此作品量產或實現的計畫。有興趣支持、參與及購買的群眾，可藉由「贊助」的方式，讓此計畫、設計或夢想實現。在一定的時限內，完成事先設定募資的金額目標後即為募資成功，可以開始進行計畫；資料來源為維基百科-「群眾募資」條目：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BE%A4%E7%9C%BE%E5%8B%9F%E8%B3%87>

¹⁰ Kakao Talk 的母公司 Kakao 在合併韓國第二大搜尋引擎公司 Daum，改成新名字 Daum Kakao。

¹¹ 資料來源 2014.07.31 臺灣經貿網

[http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/360313/I?keyword0=Lezhin Entertainment](http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/360313/I?keyword0=Lezhin%20Entertainment)

平台名稱	簡介
	2. 目前共有 165 部作品連載。
Lezhin Comic	1. 為收費網路漫畫平台市場的開拓者，成功發展多種收費模式，如完結作收費、預覽收費等。 2. 漫畫題材多以性愛、驚悚及科幻為主。 3. 目前共有 297 部作品連載，數量最多。
Comico	1. 在韓國、日本、臺灣地區提供服務的網路平台。 2. 有較多符合女性喜好的漫畫作品。 3. 免費、收費漫畫服務均提供。
KaKaoPage	由韓國最大的手機 app KaKao Talk 推出的平台，集中於漫畫及小說服務，符合女性喜好的漫畫占大多數；為收費服務。
Olleh market	韓國手機電信業者推出的平台，2013 年 7 月開始提供服務，近年來積極發掘故事情節充滿趣味的新人，如被翻拍為電視劇的《看見味道的少女》，皆獲好評。
Toptoon	2014 年 1 月開始提供服務的收費網路平台，初期為創造收益而集中提供性愛漫畫服務，現除性愛漫畫外，還有武俠漫畫、企業漫畫等。2015 年 6 月起於臺灣、日本皆有提供服務。
Comic GT	由活躍於日本、韓國的 Artlim media 營運，為全年齡層的收費網路漫畫服務。長處是以美少女作為漫畫角色主角，該平台未來計畫利用所推出的角色，發展角色授權等商務。
COMICUBE	為韓國代表性的電子書服務平台，於 2015 年推出的網路漫畫服務。
Gomtoon	提供加入動作和聲音的” MOTION COMIC”

根據韓國漫畫振興院院長吳在錄(O, Jae-Rok)表示，韓國網路漫畫平台已不需政府補助，但韓國政府積極協助韓國漫畫發揮其優勢，拓展海外市場，這可由韓國總統朴槿惠在今年 5 月 27 日的「5 月文化之日」在首爾藝術殿堂大河設計美術館舉行的「英萬展：創作的秘密」上會見了漫畫家許英萬，並表示「要對漫畫或網絡漫畫進駐海外提供支援」¹²。可見韓國政府對協助韓國漫畫在國際市場拓展的野心。

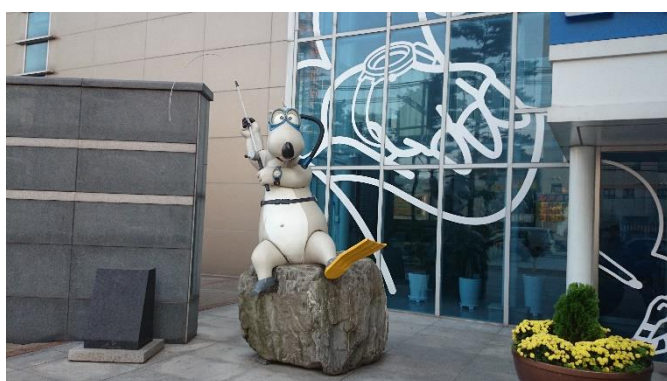
¹²資料來源：2015.05.28 韓國中央日報中文網
http://chinese.joins.com/big5/article.do?method=detail&art_id=135794.

四、京畿道內容振興院

韓國內容振興院(Kocca)隸屬於文化體育觀光部，作為文化環境整合的統籌單位。2005年韓國政府的文創政策規劃中即選定首爾以外的釜山、大邱、光州、春川、大田、富川、全州、清州等八個城市為文化產業聚落，其中尤其是光州將成為和首爾並立的兩大文創重鎮。¹³

而韓國的行政區劃計有1個特別市(首爾市)，5個廣域市(釜山市、大邱市、仁川市、光州市、大田市)，8個道(相當省之行政區域)，韓國政府藉在8個道成立地方內容振興院，除疏散文創政策發展過度集中首爾的問題外，也協助地方建立文創品牌，改善城鄉資源不平衡的狀況。

漫畫振興院特別安排本參訪團於10月16日拜會京畿道內容振興院(Geonggi Content Agency)，由該院管理總監趙瑄行(Cho Sun Haeng)及策略規劃部門經理姜泰旭(Kang Tae-wook)等人接待，並由姜泰旭簡報及解說。



京畿道內容振興院的門口使用韓國原創動漫角色作為裝飾

(一)設立目的：

該振興院為設立於2001年的公共機構，總部設在富川市。其目的在於培育和扶植京畿道地區之文化內容產業，包括遊戲、動漫、卡通、造型、電影及數位事業。

(二)組織架構：

京畿道內容振興院計有7個中心及辦公室，人力組織約100人，其預算來自文化部、京畿道、富川市及企業捐贈，7個中心分述如下：

¹³資料來源：財團法人台灣文創發展基金會 2013-10-30

- 1.富川總部(GCA Bucheon HQ)：負責京畿道各中心之運作及發展，設有富川中心基金會辦公室、資訊圖書館、數位引導內容之實驗室。
- 2.安陽智慧內容園區(Anyang Smart Content Valley)：負責發展智能之產業，設有辦公室、研討會會議中心、測試基座等。
- 3.京畿道城南市文化創意中心(Seongnam Gyeonggi Culture and Creation Hub)：協助創業及創意內容之開發。設有研討會議室、智慧辦公室、數位引導內容之實驗室。
- 4.韓國京畿內容實驗室(Gyeonggi Content Korea Lab)：協助創業及創意內容之開發。設有影帶編輯室、3D 列印室。
- 5.Bigfi 大數據推動計畫：推動相關大數據之計畫。
- 6.光橋園區(Gwanggyo Cluster)：負責以文化技術研發協助創業。設有智慧辦公室、數位檔案區、多功能合作社區。
- 7.議政府市園區 (Uijeongbu Cluster)：負責協助創業匯流、設計及說故事之產業。



左圖：京畿道內容振興院姜泰旭先生向參訪團簡報；右圖：參訪團與京畿道內容振興院合影

(三)工作內容：

培育內容產業人才、協助創立內容產業公司、鼓勵創意內容、支援內容企業成長、舉辦遊戲展、增進電影能見度、協助出內容產業出口拓展國際市場、支援在京畿道拍攝電影等等，京畿內容振興院以協助產業角度，透過人才培育、諮商協助、提供資金、發展大數據工程作為政府及企業計畫之來源、辦理教育研討會及展示會，打造友善內容產業完整環境。

依據京畿道內容振興院所提供之資料，2013 年京畿道地區已有 13 萬 5,000

員工從事內容產業研發、4 萬 7,000 名員工從事內容產業。目前京畿道是以遊戲為發展主要項目，已有約 6,000 家遊戲公司，每年數量以 35.2%成長。從其組織架構中，可看出韓國不單從上之中央政府來扶植包括漫畫在內的內容創意產意，各地方政府也全力在經費及人力上的支持，讓創造性、想像力成為創意經濟的引擎，創造經濟的高附加價值。

五、漫畫趣味路及首爾動漫中心

在參訪過韓國產、官、學界對於漫畫產業的相關措施後，希望能瞭解韓國政府如何建立民眾對於韓國漫畫作品的認同感，因此參訪團於 10 月 17 日自行參觀了漫畫趣味路以及首爾動漫中心。

漫畫趣味路鄰近首爾市中心的明洞地鐵站，誕生於 2013 年 12 月，以充滿漫畫的想像力，成為讓人想步行的街道作為訴求，從明洞地鐵站 3 號出口前方的想像公園作為起點，連接首爾動漫中心，全長約 450 公尺，沿路可以看到「想像公園」、「漫畫交叉路」、「故事郵局」、「趣味運動場」、「漫畫小坡」等 5 個漫畫文化空間和漫畫家親自參與的 17 家特色商店。

漫畫趣味路是由韓國約 70 位新人漫畫家和資深漫畫家發起，邀請一般市民共同參與討論所產生的漫畫主題街道。¹⁴從街道牆壁、電線桿、變電箱皆可看到漫畫角色的圖像，是漫畫角色人物融入公共空間最好的示範，由於明洞是韓國著名的商業區及觀光景點，在此設置漫畫趣味路不僅可加強推廣韓國動漫作品的角色人物，亦可讓增進民眾對韓國漫畫的認同感，並讓外國觀光客留下深刻的印象，可謂一舉數得。

¹⁴資料來源，首爾市官方旅遊網站

http://www.visitseoul.net/cb/article/article.do?_method=view&m=0003001003008&p=03&art_id=80245&lang=cb



漫畫趣味路上的各種動漫人物裝飾

漫畫趣味路的盡頭即是首爾動漫中心(Seoul Animation Center, 簡稱 SAC), 該中心成立於 1999 年 5 月, 由首爾產業通商振興院營運, 是首爾市為了支援、培養韓國國內漫畫和動畫產業而設立的。在首爾動漫中心建築外面, 即看到許多動畫片角色的雕塑展示, 入口處還有親子體驗活動。

該中心主要分為動漫中心及動畫之家博物館兩棟建築物。動漫中心裡設有



左上圖：首爾動漫中心入口；左下圖：門口的動漫人物造形塑像、右上圖：中心入口也有動漫人物造形塑像；右下圖：中心門口外的親子活動。

動漫劇院、展覽廳、動畫體驗區。動漫劇院是韓國首家專門放映動畫卡通的電影院，計有 179 個座位，可放映數位及類比影片，亦為舉辦各種企劃電影節以及文化活動的複合空間¹⁵；展覽廳分為主題展及特展，內容皆與動漫、遊戲相關；動畫體驗區則利用動畫製作原理，讓參觀民眾可以透過藍色螢幕合成畫面，並提供數碼輕觸填色以及各種卡通電子遊戲；另一個體驗區則提供彩色黏土，可讓參觀民眾創造獨一無二的卡通人物，並利用單格拍攝技術，製作出屬於自己的單格動畫影片。值得一提的是，該中心的洗手間也以動畫主題作為裝飾，充滿創意及巧思。

旁邊的動畫之家博物館為樓高 2 層的圖書館，收藏各種動畫書籍和影片。1 樓有超過 40,000 本動畫圖書和各種與動畫有關的印刷物；2 樓有超過 7,000 套動畫片、卡通片及其它與動畫有關的影片；在 2 樓還有一間小型影院，每逢週末都會放映動畫片（學校放假期間每天放映）。動畫之家博物館免費向公眾開放，普通

¹⁵資料來源，首爾動漫中心官網，http://www.ani.seoul.kr/eng/facilities/SacCinema_01.html



首爾動漫中心的洗手間亦充滿了
動漫人物角色裝飾

遊客只需提供有效的身份證明文件(如護照等)，便可以免費閱覽所有書籍和觀看影片。韓國的小學生只需要提供姓名和學校名，也可以免費使用中心內設施¹⁶。

綜合歸納首爾動漫中心的服務內容，可知其為肩負動漫教育、舉辦動漫活動、展覽及影片放映、支援動漫創作，動漫資料典藏等功能。參訪團也觀察到許多家長帶著小孩前來參觀及遊玩，是親子同樂的好去處。該中心結合動畫產製、教育及行銷等功能於一身，寓教於樂，讓學童從小就能學習動畫創作原理、認識韓國動漫角色，而非僅是一味地接受美國、日本動漫的圖像。



左上圖：單格動漫拍攝工作室、左下圖：動漫體驗區，觀眾的動作會被偵測器偵測反映在螢幕上；右上圖：動畫之家博物館的藏書；右下圖：影音閱覽區

¹⁶資料來源，首爾市官方旅遊網站
http://www.visitseoul.net/cb/article/article.do?_method=view&art_id=44620&lang=cb&m=0004003008001&p=03

六、韓國漫畫博物館及漫畫影像振興院

參訪團最後 1 天的行程是本次考察的重點-漫畫影像振興院。漫畫影像振興院位於鄰近首爾市的富川市，前身是 1998 年成立的富川漫畫信息中心，2009 年改為漫畫影像振興院，如前言所述，為韓國漫畫內容產業的中心基地以及漫畫文化及產業發展的支持者。該院院長吳在錄親自接待，並為參訪團導覽解說各項設施。



左圖：鄰近漫畫影像振興院的地鐵出入口牆面以漫畫圖像裝飾；右圖：韓國漫畫影像振興院

(一)漫畫博物館：

吳在錄院長首先帶參訪團參觀位於振興院主建築旁的漫畫博物館。博物館成立於 2001 年，為地下一層、地上四層的建物，總樓地板面積為 8,342 平方公尺，約 2,523 坪。開館以來即收集整理逐漸被遺忘的韓國漫畫，通過多樣性的展示，將收藏的漫畫資料呈現給觀眾，並舉辦與漫畫有關的各種體驗及推廣活動，每年約有國內外共計 30 萬人次參觀，1 樓免費參觀，其他展區則需付費；博物館各主要設施分述如下，並依樓層分布整理如下表：

1. 收藏庫：

位於地下一樓，為博物館藏品之典藏庫，設有恆溫、恆溼、安全及防災等最新設備，到 2011 年 12 月為止，已收藏漫畫家的原稿約 10 萬張、珍貴的漫畫資料約 8,000 餘冊，未來將陸續增加收藏；此處相當重要，連院長也無法任意進出。

2. 動漫放映館、4D 放映館：

位於 1 樓，為可容納 300 多人的動畫電影院。能欣賞動漫、電影等各影視及演出節目的空間。4D 放映館計有 70 個座位，播放立體影像場面，並加入振

動、吹風等特效，所播放的 4D 影片亦由振興院出資製作。



左上圖：動漫放映館；左下圖：參訪團與吳在錄院長(左 1)在第 2 企劃展覽室合影、右上圖：第 1 企劃展覽室；右下圖：網路漫畫展覽

3. 想像遊樂活動體驗場、體驗創意教室：

位於 1 樓的想像遊樂活動體驗場，為一開放式的漫畫體驗活動空間；2 樓的體驗創意教室則採預約制，是專門為團體進行漫畫體驗教育以及漫畫創意培訓之空間。

4. 常設展覽館、懷舊漫畫店：



參訪團在懷舊漫畫店合影

位於 3 樓的常設展覽館為展示韓國漫畫百年歷史，展示各時代的漫畫作品及相關展品，而漫畫家的原稿則以 1 年 3 次的頻率循環展覽；常設展旁設有仿古、懷舊的漫畫租書店，重現 1960~70 年代最熱門的漫畫出租店之光景及氛圍，家長帶孩童參觀時，可作為

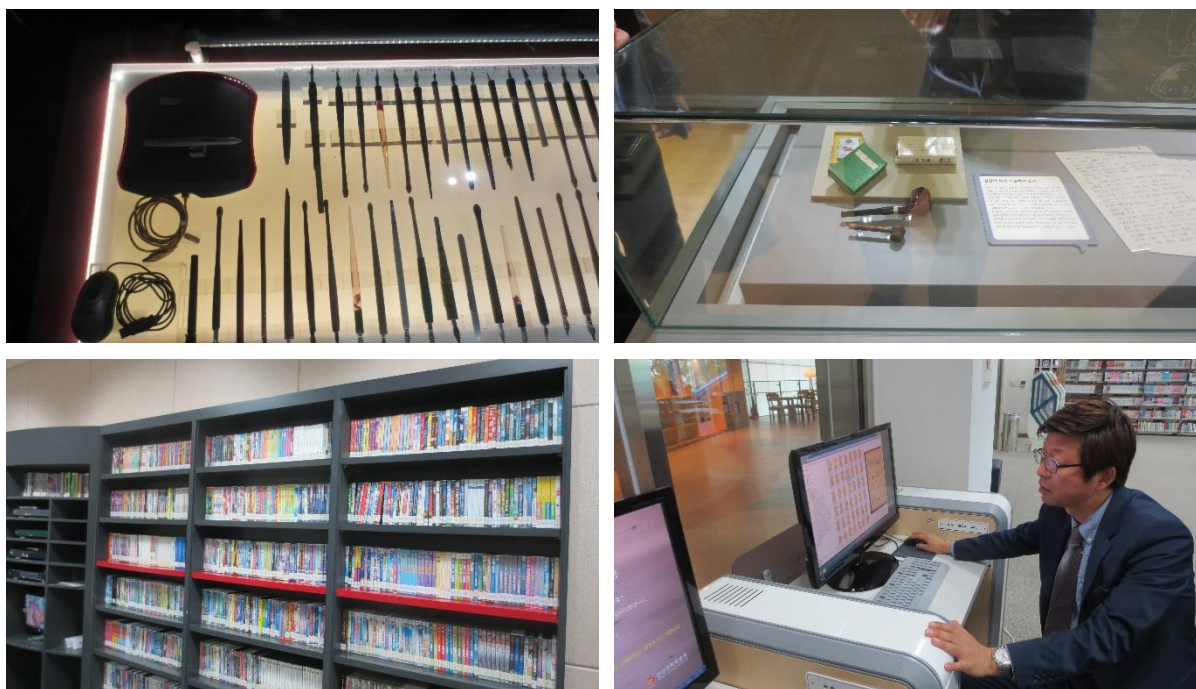
兩代對於漫畫記憶溝通的橋樑。

5. 企劃展覽室：

博物館共有 2 個企劃展覽室，第 1 企劃展覽室位於 3 樓，約 2 個月換展一次，當時係展出參與富川國際動漫節的中、日、韓 3 位漫畫家之作品。第 2 企劃展覽室位於 1 樓，約 3 個月換展一次，當時係展出 1980 年代流行之漫畫，在展覽室對面則播放漫畫家的專訪節目；另外，也開放漫畫家申請個展。

6. 漫畫圖書館：

位於 2 樓，收藏 26 萬冊國內外漫畫圖書及相關資料，是韓國最大規模的漫畫專業圖書館，分為一般閱覽室、兒童閱覽室、影視閱覽室以及資料保存室，書籍僅能內閱，無法外借。參訪團參觀時，發現除了韓國漫畫外，日本、中國、臺灣之漫畫書籍亦不少，收藏相當完整；吳院長表示，另外，2015 年開始與文化觀光體育部合作漫畫電子作品的收藏。

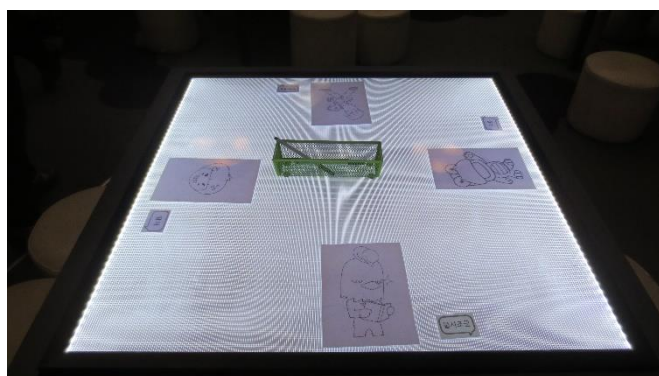
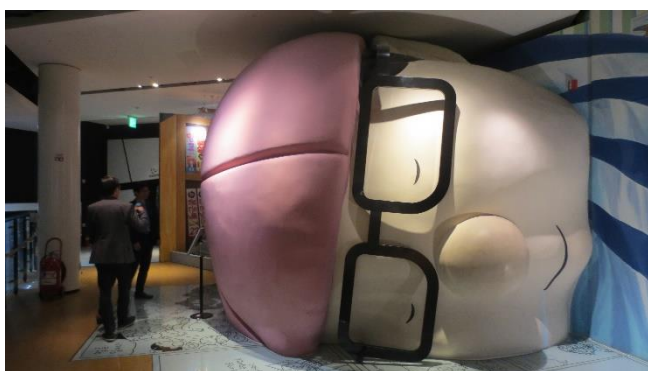


左上圖：常設展所展出的漫畫家創作工具-畫筆，最新的畫筆是滑鼠；右上圖：常設展所展已故韓國漫畫家愛用的煙斗；左下圖：漫畫圖書館；右下圖：吳在錄院長在漫畫圖書館示範電腦檢索

7. 漫畫體驗區：

位於 4 樓，為該博物館互動交流及遊樂性最高的區域，展示及設施分述如下：

- (1) **網路漫畫展**：展出網路漫畫的歷史以及目前最熱門的網路漫畫作品。
- (2) **漫畫家的腦**：外觀為漫畫家頭部的展區，觀眾可進入展區中，瀏覽漫畫家富於想像力的創作世界。
- (3) **漫畫繪畫體驗區**：可讓觀眾模仿漫畫家，描繪筆下漫畫人物的空間。
- (4) **照像館**：藉由影像合成的方式，讓觀眾選擇與喜愛的漫畫人物及背景一同合影，作為紀念。
- (5) **格子世界**：可體驗到體育、兒童、科幻、少女愛情漫畫等各種類型漫畫的內容的區域，例如有以棒球漫畫為主題的體驗遊戲。



左上圖：漫畫家的腦；右上圖：漫畫繪畫體驗區；左下圖：以棒球漫畫為主題的體驗遊戲；右下圖：參訪團體驗合成照相館

8. 咖啡廳：

位於 1 樓，為博物館的附屬設施，委外營運，提供遊客餐飲服務。

9. 國際漫畫家大會辦公室：

位於 2 樓，作為國際漫畫家大會韓國分部辦公室空間使用。

樓層	設施內容
4F	漫畫體驗區(設有體驗成為漫畫家或漫畫角色之相關設施)
3F	常設展覽館、第 1 企劃展覽室、懷舊漫畫店情境、4D 放映館
2F	漫畫圖書館、體驗創意教室、國際漫畫家大會辦公室
1F	想像遊樂活動體驗場、動漫放映館、第 2 企劃展覽室、諷刺漫畫區、咖啡廳
B1F	收藏庫

參訪團在參觀漫畫博物館時，發現除了展區空間外，捷運站、洗手間、電梯牆面皆有漫畫主題的圖像及彩繪，已將韓國漫畫的內容融入設施及公共空間中，整體感強。而博物館展示內容豐富，兼具教育性及娛樂性，且有系統地整理及展示韓國漫畫的歷史及作品，讓民眾可以從展覽中瞭解韓國歷史的發展，不至於讓韓國漫畫淹沒在美、日漫的市場競爭中；對於珍貴漫畫的典藏及保存，亦如對待文化資產一樣重視，可謂是一個國家級的漫畫專業博物館，其規劃內容相當值得我國參考。



左圖：國際漫畫家大會之辦公室；右圖：漫畫博物館洗手台以漫畫角色裝飾

(二)漫畫影像振興院：

結束漫畫博物館的參觀之後，吳在錄院長邀請參訪團至其辦公室，為我們簡介漫畫振興院以及回答本部的相關提問，茲將所得資料，分項整理如下：

1. 文化觀光體育部之漫畫預算：

文化觀光體育部對於漫畫產業的主政單位為大眾文化產業科，主管漫畫、流行音樂等產業，負責漫畫業者者計 2 人。該部在漫畫產業的相關預算每年約

90 億韓元(約新臺幣 2.4 億元)，透過漫畫影像振興院(約 40 億韓元)、內容振興院(約 40 億韓元)、相關漫畫協會(約 10 億韓元)執行；而 2016 年預算已爭取到 99 億韓元(約新臺幣 3 億元)。



2. 相關法律規定：

2012 年訂立漫畫振興法、2013 年修正文化藝術振興法，將漫畫產業加入振興的對象。在國會中亦有 35 位國會議員自主成立「愛漫畫委員會」，支持相關法制作業的擬訂及推動。

參訪團與漫畫影像振興院交流，左 1 為吳在錄院長，左 2 為負責本次行程安排兼翻譯的金賢德先生

3. 振興院之預算來源：

如前所述，該院前身為富川漫畫信息中心。由富川市政府提供土地興建，每年預算約 150 億韓元(約新臺幣 4 億元，來源為富川市政府 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)，共計 90 位員工。漫畫影像振興院之預算來源雖分別來自中央政府、省級政府及市級政府，但振興院可以直接與文化觀光體育部溝通，每周 1 次向文化觀光體育部報告工作進度或提案。

4. 振興院之設施及業務：

- (1) **所管設施：**包含動漫事業中心、韓國漫畫博物館、漫畫創造工作室、漫畫藝術家的森林。
- (2) **辦理漫畫家及企業進駐：**採審查制(通過率約 20%)，審查重點為漫畫家的作品性、市場性；進駐時間為 2 年，院方會視漫畫家之評價，延長入駐時間；提供工作室及協助作品宣傳，目前有 457 名漫畫家、約 100 家漫畫公司入駐。
- (3) **海外推廣：**參加安古蘭動漫節、聖地牙哥動漫節。
- (4) **補助漫畫家創作：**保護人氣較低的漫畫家能繼續創作，補助創作費。
- (5) **補助網路漫畫平台進軍海外：**過去韓國政府雖有補助網路漫畫平台，但因目前網路漫畫平台業務發展較為穩定，補助的重點改為補助平台擴展海外市場，補助資源與以往相比亦相對較少。

(6) **辦理漫畫推廣活動**：如富川國際動漫節(約 13 個國家參加)、富川漫畫大獎(最高獎金為 1,000 萬韓圓，收件範圍含紙本及網路)、籌辦國際漫畫家大會。

(7) **漫畫跨界應用投資**：該院設有基金，與 CJ、Kakao 兩家公司共同投資將漫畫改編為影視作品，每年約 20 部(不含民間自行投資改編)。

吳在錄院長表示，漫畫影像振興院的目的是在促進漫畫文化產業與地區的發展，致力於以漫畫界與富川市為中心，通過與學界、產業界的協治模式，構建漫畫協治體系，並舉辦富川國際動漫節、國際漫畫家大會等國際活動、推動網路漫畫進軍國際市場。

透過這次與漫畫影像振興院的交流，我們得知韓國政府看到數位科技未來的市場潛力以及圖像內容跨界加值運用的便利性，大手筆地投入資源扶植漫畫產業，不僅防守美、日漫畫文化的入侵，更另闢蹊徑拓展了手機漫畫市場；再者，透過漫畫影像振興院對於人才的培育、產製能力的提升、產業鏈的串連，皆發揮了積極的作用，漫畫博物館更是成功地保存韓國漫畫，並加深民眾對韓國漫畫的認同感；對照韓國政府對於漫畫產業投入的預算規模及資源，參訪團深覺目前的臺灣無法望其項背。

在完成本次參訪後，吳在錄院長提議邀請參訪團參觀富川市議會，進到嚴肅的市議會 1 樓，卻發現此處充滿了韓國漫畫圖像及造型人物，令人印象深刻；議員及漫畫影像振興院員工的名片，也都以漫畫的形式設計，亦讓人佩服其巧思。

富川市原本為鄰近首爾的衛星都市，原本在產業發展上並無太大的特色，但 90 年代以文化城市為發展主軸，加上富川國際動漫節的舉辦，漫畫影像振興院、漫畫博物館等設施陸續成立，漫畫家及漫畫公司進駐，已經成為一個完整的漫畫產業的聚落，目前韓國有 60% 以上的漫畫創作者富川開展作品活動。據吳在錄院長表示，1998 年時，富川市只有 1 位漫畫家居住，現在有超過 400 名漫畫家在富川活動。在漫畫影像振興院的官方資料中，富川被譽為韓國漫畫之都，希望未來能與法國安古蘭、日本鳥取縣並駕齊驅，可見韓國政府之企圖心。



左上圖：富川市議會外觀，可看到建築物上掛著最熱門的網路漫畫「未生」的宣傳圖；左下圖：議會內設有漫畫閱讀的空間，讓民眾使用；右圖：議會 1 樓大廳所擺設的動漫角色人物。

肆、建議事項

經過本次的考察，我們參考韓國政府對漫畫產業扶植的相關作法以及參與漫畫家大會臺灣代表的建議，提出建議事項如下：

一、立即可行之建議

(一)規劃設立漫畫基地及漫畫博物館：

面對臺灣漫畫原創能量不足、韓國手機漫畫平台瓜分市場及人才等問題，臺灣有必要由政府投入資源，設立一個專門據點，提供創作資源及環境，讓漫畫家進駐創作，並與國際創作者交流，以提升漫畫家的創作能量，強化創作端的產製能力，故應規劃設立漫畫基地，作為創作交流、展售臺灣原創漫畫的據點。

此外，應仿效韓國設立國家級的漫畫博物館，可參考韓國富川的經驗，考量與地方政府合作，營造一個在腹地、交通便利性及展示內容皆為國家等級的動漫展示、人才培育及數位典藏的空間。

(二)增加金漫獎及相關漫畫補助評審專業之多元性：

一元多用為內容產業之必然的趨勢，而圖像具有利於傳播及加值應用特色，為了使本部舉辦之金漫獎、漫畫相關補助以及未來進駐漫畫基地之漫畫家遴選，可以選出具有跨界應用潛力的創作者及作品，在評審的遴選上，應考慮多元背景，邀請影視界、遊戲業製作人、創業者、網路平台企業主等擔任。

(三)漫畫行銷補助要點加入網路或數位漫畫之補助：

網路漫畫已是未來漫畫產業發展的趨勢，從本屆漫畫家大會特別將網路漫畫列為論壇主題，即知各國皆重視網路漫畫的發展，韓國政府亦適時地挹注資源扶植該國網路漫畫的發展，因此，本部的漫畫行銷補助要點的補助對象除了紙本之外，建議將網路或數位漫畫納入補助。

(四)鼓勵公部門、民間企業多採用臺灣漫畫作品：

要增加臺灣漫畫的市占率，首先要先增加臺灣漫畫的曝光率，參訪團在韓國參訪時，無論在地鐵站、京畿道內容振興院、首爾動漫中心、

漫畫博物館的電梯或洗手間，皆可看到韓國漫畫的圖像，漫畫趣味路更是專門以韓國漫畫作品為主題裝飾的街道，在公眾空間的露出有助於增加民眾對漫畫內容的認識，亦可增加話題性，未來本部可考量於觀光局平台上建議觀光手冊由臺灣漫畫家創作或是協調市街商家、捷運站採用漫畫人物角色，與城市街道景觀結合。

二、中期建議：

(一)鼓勵業者開展網路/數位漫畫市場：

有鑒於韓國手機漫畫市場向海外擴張，應擬訂上位政策，輔導鼓勵業者設立 webtoon 發表平台，或鼓勵數位或網路平台(如 app 業者、入口網等)經營網路漫畫，讓臺灣數位/網路漫畫之市場未來不至於被韓國手機漫畫獨占。

(二)設立與工業局、影視司/局之平台，以利於討論漫畫轉動畫、影視戲劇等合作及輔導機制：

由於臺灣動畫、漫畫產業分屬經濟部工業局及本部主管，惟兩者的產業鏈密不可分，因此不論是首爾動漫中心、漫畫博物館、漫畫影像振興院皆將動、漫視為同一條產業鏈，並以此推動相關業務。短期之內本部及工業局的分工若無調整，應設立與工業局以及本部影視司、影視局的溝通平台，以利討論跨界應用合作等相關輔導機制。

三、長期建議：

(一)建議設置漫畫科或專責單位：

韓國有漫畫影像振興院專責的產業輔導單位，人力編制共 90 員，並配合韓國內容產業振興院以及各省級政府的內容振興院進行相關政策的推動，而本部漫畫產業相關業務則是歸於人文及出版司圖書科，負責漫畫業務僅 2-3 員，為了因應未來設置漫畫基地、漫畫博物館以及漫畫產業輔導的長期考量，應設置漫畫科或專責單位，始能有足夠之人力資源推動各種政策及措施。

(二)建議教育部在大學(或科大)、高職成立動漫為主之科系，納入正規的專

門教育課程：

由本次參訪考察世宗大學動漫系可知，韓國的高中職及大學院校已將漫畫教育納入正規的課程，研究所亦有針對國家漫畫政策之研究課程，因此，應建議教育部嘗試在大學或高職成立以動漫為主的科系，儲備相關人才。

伍、參考資料

一、調查研究、學術論文、出國報告及官方文獻

- 1、International comic artist conference，《The 16th International comic artist conference proceedings of the conference》。
- 2、新北市政府文化局，《2013 韓國動漫觀摩考察計畫報告》，102 年。
- 3、經濟部工業局，《2014Taiwan 數位產業內容年鑑》，104 年 10 月。
- 4、劉俐華，〈國際數位漫畫出版及應用發展趨勢之探討〉，《商業設計學報》，100 年 11 月
- 5、韓國漫畫影像振興院，《韓國漫畫的世界》(簡體中文版)，2015 年 8 月。

二、網路新聞等參考資料

- 1、2014 年 6 月 3 日，臺灣經貿網，〈韓國加強拓展數位漫畫海外市場〉：
[http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/81117/I?keyword0= Lezhin Entertainment](http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/81117/I?keyword0=Lezhin+Entertainment)
- 2、2014 年 7 月 31 日，臺灣經貿網，〈韓國網路漫畫進軍世界市場〉：
[http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/360313/I?keyword0= Lezhin Entertainment](http://primrose.taiwantrade.com.tw/CH/bizsearchdetail/360313/I?keyword0=Lezhin+Entertainment)
- 3、2015 年 4 月 20 日，中時電子報，〈彩繪村亂抄 敖幼祥：台灣文化終將消失〉：
<http://www.chinatimes.com/newspapers/20150420000520-260107>
- 4、2015 年 5 月 28 日，韓國中央日報中文網，〈朴總統：將援助漫畫和網絡漫畫進駐海外〉：

http://chinese.joins.com/big5/article.do?method=detail&art_id=135794

- 5、2015年11月25日，中央通訊社，〈南韓網漫夯 社會議題比英雄受歡迎〉：

<http://www.cna.com.tw/news/ahel/201511250325-1.aspx>

三、參訪機構官網

- 1、韓國漫畫影像振興院

<http://2009.komacn.kr/enko/>(英文版)

- 2、首爾動漫中心

<http://www.ani.seoul.kr/eng/>(英文版)

- 3、世宗大學

<http://eng.sejong.ac.kr/index.do>(英文版)

- 4、Lezhin Entertainment

<https://www.lezhin.com/>(英、日、韓文版)

- 5、京畿道內容振興院

<http://english.gg.go.kr/english/info/0012/0001/index.jsp>(英文版)

陸、附件-參訪議題預擬

Ministry of Culture, R.O.C (Taiwan)

Talking Points for the Visit- Sejong University (世宗大學)

10/16/2015

With the growing intensity of comic exchanges between Korea and Taiwan, the Ministry of Culture seeks to form a deepening partnership in the fields of comic and animation.

Comic Education in Korea :

- 1.How many universities in Korea offer professional program of comic and animation?
- 2.What are the programs of comic and animation?
- 3.How do the universities assist the students into the professional industrial field?
- 4.How to teach students to have their own original creation, and not influenced by Japanese manga?

Comic department

1. In the field of comic, what are the differences from the comic departments of other universities?
2. What are the targets for the comic department?
3. Does the department offer any program for webtoon(scrolling comics)?

Sustainable collaboration in the future

1. Possible student exchange with Taiwan in the future?
2. Co-organize comic events with collective talents and resources between schools of both countries?

Ministry of Culture, R.O.C (Taiwan)
Inquiry Points for the Visit-Lezhin Comics

With the growing intensity of comic exchanges between Korea and Taiwan, the Ministry of Culture seeks to form a deepening partnership in the fields of comic and animation.

Company :

- 1.How many on line Comic companies in Korea?
- 2.What are the resources of the investment for Lezhin Comics? Any assistance from the government?
- 3.Where are the opportunities and market does the company predict? Asia? America? Europe?
4. What are the target of Lezhin Comics?
- 5.Any achievement in Korea?
- 6.So far how many titles does Lezhin Comics have on line?
7. How to cooperate with the comic authors(producer)?
- 8.What is the most hit? Which comic genre is most popular?
- 9.Why is the webtoon(scrolling comic) successful in Korea?
- 10.What is the main income model of the webtoon?
- 11.How to build the business model of webtoon? What is the most difficult part?

Platform

- 1.How to find the authors? Especially the foreign authors?
- 2.How does the company deal with the copyright?
3. How many on line members does the company have?
- 4.What are the strategies to attract the foreign readers?

5. How many visits per day?
6. How many successful business model (e.g. be used for TV, movie or game?) How dose it work? Is there any matching platform in Korea?
7. How much output value since the establishment?

Ministry of Culture, R.O.C(Taiwan)

Inquiry points for Korea Manhwa Contents Agency(韓國漫畫影像振興院)

10/18/2015

(一)漫畫政策

1. 韓國政府對於輔導漫畫產業的政策為何?有那些措施? (如漫畫振興法、人才培育、環境營造、跨業合作)，每年預算多少?成果為何(例如產值)?
2. 振興韓國漫畫產業的過程中，遭遇的困難為何?如何克服?目前韓國漫畫的特色及優勢為何?
3. 韓國漫畫出版社有多少家?政府如何支持他們?支持的項目有那些?
4. 世界各國皆面臨紙本出版市場萎縮的趨勢，韓國政府如何對應?如何使漫畫成為數位內容的提供者?
5. Webtoon(scrolling comics)在貴國漫畫政策中扮演的角色?政府有無鼓勵及推廣的措施?
6. 漫畫與科技如何結合?是否有成功的例子?
7. 漫畫電子書在韓國是很普遍使用的嗎?
8. 政府支持的漫畫機構及漫畫節有那些?
9. 中央政府與地方政府在輔導漫畫產業，是如何合作或分工?
10. 韓國政府有無任何措施，讓漫畫改編至電視、電影?

(二)振興院業務

1. 漫畫影像振興院扮演的角色為何?每年預算及來源?未來的目標為何?
2. 漫畫影像振興院遴選漫畫家進駐的條件為何?每次會選多少漫畫家進駐?每次進駐時間多久?振興院給進駐漫畫家什麼樣的支援?進駐漫畫家有什麼義務?完成的作品如何推廣及媒合?
3. 如何整合國內相關產業的資源?有那些措施?
4. 振興院內有企業資源館，到目前為止有那些企業及產業進駐或投資?
5. 如何將韓國漫畫推廣到國外，有那些措施?如何保護漫畫家的智慧財產權(著作權)?
6. 富川國際動漫節每年有多少國內外的漫畫家參與，對韓國漫畫產業

- 的幫助為何?未來目標為何?
7. 振興院的營運是委託民間機構辦理嗎?如果營運不好，如何解決?

(三)漫畫奎章閣博物館

1. 博物館的目標及定位?有多少編制人員及預算?
2. 漫畫奎章閣博物館目前共有那些收藏，數量大約多少?最多的是什麼種類的藏品?來源為何?如何應用?
3. 每年約有多少人參觀?
4. 當初如何發想漫畫奎章閣博物館的展示內容?
5. 如何利用博物館推廣韓國漫畫?
6. 有屬於博物館製作的衍生商品嗎?與漫畫家如何合作?(例如權利金的分配)。
7. 博物館的經費 100%來自政府嗎?有無民間資金投入?