

串聯圖像經濟產業鏈 人才、創作及增值整合 給你滿滿的大平臺

文化創意產業講求「一源多用」的效益，漫畫創作更是最佳載體。無論是美國的漫威（Marvel Cinematic Universe）或 DC 宇宙（DC Extended Universe）、日本動漫產業的蓬勃發展，都能看見當中驚人的消費力和影響力，更是國家軟實力的重要象徵。

近來爆紅的日本漫畫作品《鬼滅之刃》，不僅改編成動畫後叫好叫座，更帶動週邊商品的熱銷，估計為日本帶來超過 549.6 億臺幣的經濟效益。

文策院於 2020 年接手臺灣漫畫基地（Taiwan Comic Base），以及 CCC（Creative Comic Collection）創作集，整合資源，串聯相關平臺，強化創作與產業間的對接服務。臺灣漫畫基地的主要任務為匯聚創作能量、統整產業資源，讓創作走向商業的路可以更順暢，而 CCC 創作集的宗旨則是挖掘臺灣文化、歷史題材，讓臺灣的漫畫被更多人看見。

此外，文策院積極支持催生原創內容，打破臺灣過去 ACG（動畫、漫畫、遊戲）產業間單打獨鬥的常態，與已舉辦九屆的「巴哈姆特 ACG 創作大賽」合作，透過新設獎項和獎金贊助的方式，鼓勵動畫、遊戲與漫畫產業的新秀勇於站上舞臺，後續並將得獎者導入文策院媒合機制。

而為了提高臺灣圖像作品的國際能見度，文策院綜整展會力量，承接法國安錫國際動畫影展（Festival International du Film d'Animation d'Annecy）、安古蘭國際漫畫節（Angoulême International Comics Festival）等國際圖像創作類商展，以策展方式呈現臺灣圖像創作的精彩，並將作品帶至影視展、授權展等跨域媒合，期盼及早闡出清晰的產業路徑，將臺灣圖像作品推向國際。



文策院重新打造漫畫基地 一條龍式全方位助攻，用漫畫說故事



漫基特展「對抗的畫筆——香港反送中運動週年圖像展」展場一景。



漫基特展「花漾羅漫史——蘿莉塔時尚特展」展品細節。

我們會先了解產業的需求，比對資料庫裡合適條件的人才，再推薦給業者。這種客製化的方式，大幅提高了媒合的成功率。



漫畫基地產業經理 呂靜芬

漫畫基地一條龍式助攻臺灣漫畫

諮詢服務

創作者之家

創作大賽

獎金贊助

專屬通路

媒合會

國際橋窗

許多優秀創作者想要接案，但受限於人脈、經驗、知名度的不足，很難對接到合適的機會。臺灣的創作人才濟濟，卻因為缺乏整合的資源協助，而無以為繼。

過去，文化部透過推動漫畫輔導金、金漫獎等，投注前端開發資源，自 2018 年推動輔導金至今，已經產出兩百五十部漫畫作品。2020 年，文策院接手臺灣漫畫基地（簡稱漫畫基地）的營運，做為臺灣漫畫專屬通路及創作者之家，漫畫基地的存在格外有意義。

漫畫基地的兩大使命為人才培育及產業連結。透過經常性的講座、進修課程、創作營、提案徵件競賽等，挖掘並培訓有潛力的創作人才，再以客製化的媒合系統，彙整創作者與產業兩端的需求，提高媒合命中率並追蹤後續。未來還將針對遊戲等產業舉辦主題媒合活動。

除了媒合會活動外，漫畫基地也提供客製化一對一諮詢服務，由資深且熟稔漫畫產業的產業經理協助，提供創作者各面向諮詢。自 2020 年 3 月至今，漫畫基地已累積三十件諮詢需求，以及十一件媒合需求，且已有一件跨域媒合簽約成案，將 VR 作品《囍宴機器人》改編成漫畫形式，並在 CCC 平臺刊登；也有出版社透過漫畫基地協助，順利覓得七、八位插畫家，成為旗下雜誌、繪本固定的合作繪者。

全方位協助漫畫創作人才育成、產業對接與市場行銷，漫畫基地一條龍式的產業助攻，要讓優秀作品在市場發光。



2020 年 5 月 28 日，臺灣漫畫基地嶄新開幕。

臺漫經典《CCC 創作集》 臺灣原創漫畫國際發光

《CCC 創作集》這本以臺灣文化為題材的漫畫人文誌，誕生於 2009 年，最初以季刊形式發行二十期，累計銷量超過十萬本，產出一百八十個故事，孕育出《異人茶跡》、《北城百畫帖》等人氣單行本，可謂是臺灣本土漫畫題材的孕育之地。《CCC 創作集》培養出許多優秀的本土漫畫家，獲得國內外獎項逾二十項，包括金漫獎、日本外務省國際漫畫賞等，甚至還受邀到日本、法國參展，在國際上具有一定知名度。

2015 年底，《CCC 創作集》曾一度面臨停刊的轉捩點，但在文化部的催生及各界的期盼下，凝聚過去的能量捲土重來，於 2018 年以月刊形式復刊。2020 年起，《CCC 創作集》轉至文策院執行，持續進行內容開發、創作者育成與新媒體應用，更進一步建置數位發表平臺，期待藉由網路無邊界的特性，以數位化吸引更多族群看見臺灣漫畫。

而對於年輕創作者來說，CCC 數位平臺提供了一個面對市場、得以「被看見」的舞臺。平臺上的作品排行榜，精準提供客觀的點閱率、互動率數據，取代傳統委員審查的機制，成為國內外業者選件的重要參考。

除了拓展《CCC 創作集》的市場規模，文策院也積極協助臺灣漫畫出版業者、漫畫創作者於數位通路展示販售，持續提升臺灣漫畫在數位通路與國際市場上的能見度。2020 年舉辦兩檔重要活動，一是於香港光華新聞文化中心合作舉辦的「走讀臺漫——當景點變為故事舞臺」線上特展，除了介紹臺灣優秀原創漫畫藝術家及作品，也結合觀光元素，以活潑的視覺效果呈現，邀請香港朋友來場漫遊臺灣的二次元文化之旅。另一檔則是與駐日臺灣文化中心合辦的「臺灣漫畫夜市」，內容包含日本實體展覽、線上網頁、線上節目等，讓日本民眾及業者可以透過網頁、YouTube、實體展覽等多樣形式體驗、觸及臺灣原創漫畫，結合臺灣特色文化與漫畫的視覺呈現，也成功吸引了日本出版社的目光。



「臺灣漫畫夜市」線上展網站，面向日本市場推廣臺灣原創漫畫。



《ccc 創作集》平臺入口。



《無能戀愛諮詢中心》



《被我推坑的偶像同學》



《殘否》



《採集人的野帳》



《守娘》



《囍宴機器人》

以角色經濟為支點 串聯 ACG 產業，觸發槓桿效應共創產值



2020年10月21日，文策院舉行「日本授權展」臺北、東京連線開展記者會，透過兩地連線，帶領十二個臺灣原創圖像品牌出擊。

全世界文化內容發展非常成熟，臺灣非常具有特色，除了擁有高知名度的IP，還有新銳創意人，能擁有這樣的成果，其實是文化部和文策院用心耕耘的成果，所以希望藉此合作，臺日能有更多的文化交流、共享資訊和商業合作。



日本角協副理事長、
遠東三麗鷗股份有限公司代表
取締役社長
東山靖

在臺灣，ACG（動畫、漫畫、遊戲）的受眾龐大，但一直以單打獨鬥為常態，缺乏橫向的合作。文策院積極串聯各平臺，整合國內資源，創造更大綜效。

2020年11月，文策院與「日本角色品牌授權協會」（日本角協）簽訂合作備忘錄，建構雙方產業情報資訊交換、聯名課程、產業活動交流、顧問專家諮詢服務、進行在地化市場推廣等合作框架，打造雙方互惠關係。

為發掘並鼓勵相關產業人才，加速催生新銳動畫、漫畫與遊戲內容，文策院將在2021年與國內最大動漫遊戲社群網站「巴哈姆特」合作，新設「文策院特別獎」。此外，「動畫特效協會」與文策院共同舉辦動畫推介會，邀請來自歐洲、美洲、亞洲與國內買家投資者，吸引了近六十名買家線上參與或前來 TCCF 提案大會活動現場，探究本年度最具潛力動畫作品。

2020年11月，臺北怪獸國際有限公司與文策院合辦「2020臺灣原創藝術玩具大賞」，設置「文策院特別獎」，找出深具潛力的玩具角色IP；並將於2021年攜手共同發展多元內容，預計可擴大從平面角色徵選潛力IP，在亞洲最具規模的「臺北國際玩具創作大展」（Taipei Toy Festival）進行多角轉譯。

後疫情時代，是危機卻也可能帶來轉機。文策院透過各種生態圈串聯，開放更多國內外組織聯手合作，期待成為推動整體內容產業的關鍵趨動力，讓臺灣的ACG產業走向國際市場。



2020年11月20日，文策院攜手日本角色授權協會、動畫特效協會、巴哈姆特，以及臺北怪獸國際有限公司，舉行「ACG生態圈串聯記者會」。