

東奧的次文化產業

東京奧運經過為期兩週精彩的賽事後，在 8 日舉辦閉幕典禮。典禮上由東京高校管樂團帶來的人氣動漫『鬼滅之刃』主題曲《紅蓮華》，再次點燃各地粉絲的熱情。日本透過這次奧運會的舞台，充分展現其身為動漫大國坐擁的豐富資源和堅強實力。首先在開幕典禮上，領著各國選手入場的舉牌人便舉著漫畫對話框形式的字牌，介紹正在入場的國家；舉牌人的服裝也別出心裁，透過點和格線設計呈現不同款式的服裝，有漫畫網點的既視感，又為平面的服裝帶來層次變化。賽事開打後，更可以在各類賽事上聽到對應的經典動漫主題曲或配樂，像是排球比賽場上的『排球少年！！』主題曲、籃球賽中出現『灌籃高手』OP，射箭項目則有『進擊的巨人』主題曲《紅蓮的弓矢》。巧妙鑲嵌進整場奧運盛事的動漫元素，讓全球各地動漫迷驚喜不斷，樂此不疲的熱議，驗證了日本次文化軟實力輸出的成功。

日本的次文化多元且特色鮮明。有別於一般人對日本社會傳統、保守的印象，全亞洲最大的同志城就坐落在東京『新宿二丁目』，¹當地從 1980 年代發展至今已聚集了上百間的同志酒吧和俱樂部，各式主題之夜使許多外國人也慕名前往，而後，日本更發展出蓬勃的 BL 向、百合向文學²、電影及動漫。日本形色的

¹ 亞洲同志第 2 友善城市竟是「東京」？日本軟銀福利超羨慕，讓同志直呼好想婚！

<https://tokyo.letsgojp.com/archives/380814/>

² BL 進化論——男子愛可以改變世界！日本首席 BL 專家的社會觀察與歷史研究

<https://reurl.cc/Q6jQv0>

次文化愛好者集結成了一個族群——御宅族，御宅族指的是對某領域熱衷及高度了解的人³，其中最突出且最廣為人知的非 ACG (Animation 動畫、Comic 漫畫、Game 電玩的縮寫)系的御宅族莫屬。ACG 系衍生出的御宅族次文化，例如：專注於角色扮演的 Cosplay⁴，就喜愛的主題進行二次創作的同人作品等，仰賴於日本豐沛的原創內容產出，已支撐起一個龐大且多樣的產業生態。

ACG 產業涵蓋的範圍有多廣？以動漫為例，由日本各大動畫公司聯合組成的日本動畫協會，對其國內動畫行業進行調查與整理的《2020 日本動畫產業報告》⁵指出：至 2019 年底，日本動畫市場規模已達到了 25,112 億日元，實現連續 10 年增長。其中涵蓋了電影、電視播出、內容商品化、音樂至遊戲等項目。起至 2010 年，日本在經濟產業省成立「酷日本」(Cool Japan) 海外推展室後，政府與民間便挹資了 600 億日圓⁶成立投資基金，強調經由數位內容傳輸、放寬海外內容流通規定等措施，加強文化外銷。文化推廣至今，影響了許多年輕族群：根據日本學生支援機構 (JASSO) 去年的統計數據，在日本的留學生中，占比最高的前五名國家皆為亞洲國家⁷，這些亞洲國家學生中，不少即是因為受

³ 御宅族文化 <https://evchk.wikia.org/zh/wiki/%E5%BE%A1%E5%AE%85%E6%97%8F%E6%96%87%E5%8C%96>

⁴ ACG 御宅族有 6 大種類？快來看看你是哪一種！<https://kknews.cc/comic/lpl2plb.html>

⁵ 《日本動畫產業報告 2020》：全面變革已是大勢所趨 <https://www.gushiciku.cn/dl/1pUbj/zh-tw>

⁶ 賣文化拚經濟 酷日本基金成立 <https://www.chinatimes.com/newspapers/20131119000081-260203?chdtv>

⁷ Result of an Annual survey of International Students in Japan 2020,
<https://reurl.cc/Xl4nzM>

日本影視內容呈現的當地文化所吸引，或是嚮往學習日本精緻的動畫製作技術，進而前往日本留學、旅遊。

日本動畫市場歷年數據(單位: 億日圓)

項目	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	相比上年度
①电视	951	1,020	1,107	1,072	1,059	1,069	1,144	970	84.8%
②电影	409	470	417	477	663	410	426	692	162.4%
③影碟	1,059	1,153	1,021	928	788	765	587	563	95.9%
④网络发行	272	340	408	437	478	540	595	685	115.1%
⑤商品化	5,732	5,985	6,552	5,794	5,627	5,232	5,003	5,813	116.2%
⑥音乐	283	296	292	325	369	344	358	337	94.1%
⑦海外	2,408	2,823	3,265	5,833	7,676	9,948	10,092	12,009	119.0%
⑧赌博游艺	2,272	2,427	2,981	2,941	2,818	2,687	2,835	3,199	112.8%
⑨演出	-	248	318	484	532	629	774	844	109.0%
总计	1万3,386亿	1万4,762亿	1万6,361亿	1万8,291亿	2万104亿	2万1,624亿	2万1,814亿	2万5,112亿	115.1%

來源: 根據公開統計數據以及日本動畫協會所實施的問卷調查結果獨自計算

項目	對象	定義
①电视	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于电视动画制作营收、动画作品播放的收入分成之总和
②电影	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于动画电影制作营收、票房的收入分成之总和
③影碟	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于OVA制作营收、影碟的收入分成之总和
④网络发行	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于网络发行动画制作营收、网络发行收入的分成之总和
⑤商品化	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于商品化 广告促销 线下活动等授权的授权收入的分成之总和
⑥音乐	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于音乐CD 音乐网络发行 (2008年后追加统计) 的收入分成之总和
⑦海外	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于海外的营收 (影像販售、商品化等所有的海外授权收入) 之总和
⑧赌博游艺	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于钢珠机老虎机影像制作的营收、授权收入分成之总和
⑨演出	全投資 制作公司营收	投資 制作公司来自于演出娱乐授权的收入分成之总和
⑩其他	全投資 制作公司营收	不属于上述项目的投資 制作公司收入之总和

將文化輸出形成產值已經是文化強國以及區域經濟體的現在進行式、和未來的產業趨勢。舉南韓為例，以戲劇、綜藝和偶像團體打造的 K-pop 盛世，光是音樂單項估值就達 50 億美元⁸，Youtube 上也可以看到許多大勢團體，如：BLACKPINK 一推出新曲，馬上被各國粉絲爭相翻拍致敬。除了 K-pop 流行音樂外，南韓也已經系統性的發展電玩電競產業，除了設立電玩電競專業高校與學院，更設有產業專區，從工作室、攝影棚、到專業電競場地一應俱全，傾全國力

⁸ 南韓 KPOP 襲全球！產值估達 50 億美元 <https://news.tvbs.com.tw/entertainment/1062605>

氣發展電玩電競產業，目前韓國設計開發手遊，已經逐漸侵佔市場，連台灣職棒手遊，都是韓國製造。

台灣在 1980 年代，曾是稱霸全球的「動畫代工王國」，許多迪士尼經典動畫，包括《阿拉丁》、《獅子王》與《花木蘭》的角色原型都是由台灣人操刀設計⁹，大量的代工奠定了本土動畫內容開發技術面的優勢。近幾年亦有原創作品如《幸福路上》在國內外獲獎為台爭光。但隨著各國對動畫科技的重視發展，國際代工需求降低，國內動畫收視多半仍以日本與美國為主，動、漫畫皆面臨低營收，以及缺少行銷和放映平台的困境，外需市場縮減而內需低，人才訓練精良後卻沒有足夠的輸出口。遊戲產業方面，雖然台灣的遊戲公司大量承攬代理業務，使得國內市場高度競爭。蓬勃的遊戲產業生態下，仍舊有許多獨立遊戲團隊脫穎而出，走進國際市場。去年七月，在經濟部工業局也支持啟動「原創獨立遊戲開發者與生態圈加速計畫」¹⁰，展現政府對扶植遊戲產業的決心。台灣電競選手在國際競賽場合屢創佳績，但是反觀台灣，連一個具規模的靜電競賽場地都沒有，對於電競相關產業的佈局發展，也未見系統性的資源整合與規劃。

台灣 ACG 產業根據文化部的統計，2018 年相關產業總產值為新臺幣 769.4 億元¹¹，其中內容產製方面，遊戲產值為新臺幣 622.4 億元，占總產值

⁹ 這些迪士尼電影都是台灣製！曾被譽為「東方迪士尼」的台灣動畫到哪去了？

<https://www.storm.mg/lifestyle/103893?page=3>

¹⁰ 「原創獨立遊戲開發者與生態圈加速計畫」<https://newtalk.tw/news/view/2020-07-16/436854>

¹¹ 109 年臺北市 ACG 產業評估及推進計畫

[PDFhttps://www.culture.gov.taipei/download.do?fileName=/upload/file/2021-02-19/9ca25d87-083f-4213-9960-3171853654f6/8523d2afc92d071894f366c984ed83f8.pdf](https://www.culture.gov.taipei/download.do?fileName=/upload/file/2021-02-19/9ca25d87-083f-4213-9960-3171853654f6/8523d2afc92d071894f366c984ed83f8.pdf)

80.9%；漫畫出版社為新臺幣 36.7 億元，占比 4.8%；動畫產值為新臺幣 19.9 億元，比重 2.6%。其中遊戲產業因有較完整的生產鏈銜接資金、開發與市場端，是具有優勢的輸出項目。已經有優質原創 IP 的台灣遊戲產業，面臨的是進一步的市場擴張和產業升級。因此，針對動漫產業的痛點，台灣無論產、官、甚至學界，應該儘速整合資源，擬具產業發展策略，包括設立產業發展基金，投資科技與產業基礎建設，打造完整產業鍊，以電競產業為例，包括聯賽和戰隊的經營、品牌行銷、直播平台等都被納入新的產業鍊。隨著 5G 與數位科技技術的成熟，也將加速遊戲和電競產業的發展，提供更豐富的使用者體驗，觀眾追求更刺激的聲光效果和更熱鬧的觀賽體驗，選手被要求更精準的操作和更有看點的戰術，高科技基礎建設將是產業升級發展的關鍵。

過去動漫畫與電玩被視為次文化產業，但隨著時代變遷，次文化的支持者正逐漸崛起成為活躍人口的多數，次文化也將成為主流文化，帶動下一個世紀的產業前進。相對日、韓重視文化產業，政府民間共同協作發展，台灣對文化產業不應還停留文化部門的補助與經濟部門的產業加速計畫階段，台灣 ACG 產業首要解決的問題是擴充和優化遊戲產業市場，以及銜接動漫畫產業鏈斷層。未來遊戲產業的開發，勢必不只聚焦於內容品質，更要超前部屬科技與產業的結合。對於電玩電競產業，台灣要有長遠的佈局與經營，以及系統性的產業發展策略，才能開闢更大的藍海市場。



圖片來源: 蘋果新聞網



圖片來源 : Brand in labs/ Logonews