

全球化下台灣動畫產業的發展與轉型

楊博智*

《摘要》

本文從全球化與政治經濟學的角度出發，探討台灣動畫產業在 90 年代以後由 OEM 轉向 OBM 發展的情形，以及其影響因素。研究發現，影響台灣動畫產業由 OEM 轉向 OBM 最主要的因素是全球化下國際分工的轉變。而國家政策也促使動畫產業更朝向 OBM 作發展。數位科技與文化接近性對台灣自有動畫的影響並不明顯。此外，在發行與映演管道近用上的困難，則成為本土自有動畫發展的一項限制。

關鍵詞：全球化、世界體系、依附、動畫產業、數位內容

* 作者楊博智為國立中正大學電訊傳播研究所研究生，e-mail: bob81_ncu@yahoo.com.tw。

壹、研究問題與方法

一、前言與研究目的

台灣動畫產業自 1950 年代萌芽後，¹ 在 1970 年代成爲美、日等國的代工基地，甚至於 1980 年代一度成爲全球最大的動畫加工中心（黃牧慈，2003 年 11 月）。然而，台灣本土「自製」的動畫影片卻一直未能得到良好發展（蔡志忠，1993；Shiau, 2002）。而在 90 年代以後，隨著經濟環境的變遷，動畫加工的基地多移向中國大陸與東南亞地區；再加上科技的創新，諸如電腦動畫的應用與網際網路的發展，過去以代工爲主的台灣動畫產業，漸漸由過去的「委託製造」（Original Equipment Manufacture，簡稱 OEM）的角色轉向「自有品牌」（Original Brand Manufacture，簡稱 OBM）發展。²

事實上，台灣動畫產業身處於一個更爲龐大的生產體系之中，以全球爲範圍，與動畫產業的全球生產線以及全球市場進行互動。而台灣動畫產業，甚或是全球動畫產業，也在這樣的互動中不斷的進行「建構」與「再建構」的過程。是以要理解台灣動畫產業的發展與困境，即必須從全球化的角度來觀察之。

本研究從全球化的角度切入，探討台灣動畫產業自 90 年代中期以後所發生的轉型：即企圖改變其於全球動畫生產體系中的分工位置，由美日等國的 OEM 廠商轉向 OBM 自有動畫的發展，³ 並探究影響轉型的因素，以及其對於動畫產業全球生產體系之意義。其目的方面希望國內動畫產業相關研究能夠在企業競爭的資源、優勢 / 劣勢之外，更多重視全球生產體系中的不均衡現象；另一方面，也希望能提供政府與企業在思考與訂定動畫相關政策、策略時的一項參考，以幫助本土動畫產業的發展。這不僅是具有經濟上的意義，同時，本土文化工業提供本土內容

¹ 1955 年，桂氏兄弟卡通研究小組製作十分鐘的《武松打虎》，爲台灣史上第一部（黑白）動畫短片，故將台灣動畫產業的萌芽追溯自此。

² OEM 指受託廠商按原廠之需求與授權，依特定的條件而生產。依照上游廠商的設計來進行製造加工，生產符合客戶要求的產品，之後掛上企業客戶的商標品牌，由客戶自行銷售。OBM 則是發展出自己的企業形象，然後自創品牌，自行經營市場，進而獲取最大的經濟利益。在這之間可能自行生產，也可能委外生產。

³ 本研究所謂的「自有動畫」（OBM），是代表國內業者在動畫製作完成後，能夠享有由「智慧財產」（Intellectual Property，業界簡稱 IP）所帶來的後續價值，即票房、播放權利金、以及周邊商品等所帶來之收益。

(local content) 展演的平台，也有助於本土文化的存續以及全球文化多樣性 (cultural diversity) 的維護 (Hampton, 2003; UNESCO, 2005)。⁴

在影響因素方面，綜合 Shiao (2002) 的研究，以及 Cohn (2005) 與林奎佑 (2004) 對於南韓等國相關產業發展的看法，將其分為全球勞動分工、國家角色、科技發展、與文化商品的特性四個面向。「全球化下的勞動分工」係指自 60 年代起形成之全球動畫生產線。由 Shiao (2002) 的研究中可看出，全球生產體系下的國際分工秩序與 70 年代後台灣動畫產業的發展密不可分，而體系中層狀的分工方式也是形成台灣自有動畫維持「低度發展」的主要因素。「全球化下的國家角色」包括政府數位內容政策以及影視政策中與動畫產業相關者，諸如融資、鑑價、與人才培育等。在討論半邊陲國家 / 新興工業國發展時，國家積極地介入往往成為改變其分工位置的必要條件 (Wallerstein, 1974; 蕭新煌, 1987; 瞿宛文, 2003)。「科技發展」主要指的是動畫產業中數位科技的應用。「電腦繪圖」(CG, Computer Graphic) 的發展，使動畫的產製流程發生了改變，並進而影響了全球動畫生產線上的分工，以及台灣動畫產業之發展 (Day, 2005; Shiao, 2002)。在「文化商品的特性」部分，由於「華語市場」往往被認為是台灣數位內容產業發展的一項契機 (楊志弘, 1999; 蔣安國, 1999; 數位內容產業推動辦公室, 2003)。而本研究整理相關研究後 (Hoskins & Mirus, 1988; Straubhaar, 1991, 2000; Straubhaar, 1992 / 唐維敏譯, 1995; 岩淵功一, 1998; 蘇蘅、陳雪雲, 2000)，歸納出「文化接近性」、「發行商」兩個面向，探討台灣、甚至於華語市場的消費特性，如何影響台灣地區自有動畫的發展。

二、研究方法

本研究之研究方法包括文獻資料整理與深度訪談兩部分。文獻資料的蒐集範圍包括書籍著作、學術期刊 / 論文、報章雜誌、政府單位的統計資料 / 出版品、網路資料、以及機關團體的研究報告等。而在訪談對象的選擇上，考量研究樣本的代表性，本研究在「兼營代工業務」與「只做自製動畫」的業者之間，各取若干人作為訪談對象。本研究之訪談對象計有宏廣、鴻鷹、會宇、甲馬、飛普、中華、春水堂、電視豆、稻田等九家國內動畫業者、專家學者一人、以及資策會與工業局的政

⁴ 「文化多樣性」指社會和社會群體藉以表現其文化的多種不同方式「文化多樣性」不僅通過保護、弘揚和傳承人類文化遺產的不同方式得以彰顯，也通過以文化產品和服務為載體的各種文化表現形式來體現。(UNESCO, 2002)

策相關人員共十五位受訪者（詳見附錄）。希望透過訪談，幫助了解全球生產體系的諸面向，如何對台灣動畫產業的發展產生影響。

貳、文獻探討

全球化一詞起源甚早，但一直到 1980 年代早期甚至是中期，學界才認知到全球化概念在學術上的重要性（Robertson, 1992；轉引自 Waters, 1995 / 徐偉傑譯，2000）。在全球化的定義上，Waters（1995 / 徐偉傑譯，2000: 4）稱其為「一種社會過程，其中地理對社會和文化安排的束縛降低，而人們也逐漸意識到這種束縛正在降低」。Giddens（1990）的定義則是「在世界的範圍中社會關係與遠方關係的密集化，而使得地方事件受到遠距離的事件所影響，反之亦然」。此外，大前研一（Ohmae, 1990）與 Harvey（1989）則分別以「不斷增強的相互依存」以及「時空壓縮」描述之（轉引自 Held, 1999 / 楊雪冬、周紅雲、陳家剛、褚松燕譯，2001）。對此 Held（1999 / 沈宗瑞、高少凡、許湘濤、陳淑鈴譯，2001: 21-22）提出一個較具統整性的說法：「一個（或一組）體現了社會關係和交易的空間組織變革的過程—可以依據它們的廣度、強度、速度、以及影響來加以衡量—產生了跨大陸或區域間的流動以及活動、交往、以及權力實施的網絡。」

如同定義的複雜，「全球化理論」的範圍也往往難以做出清楚的劃分。廣義地來說，對類似概念的討論甚至可以追溯至涂爾幹（Durkheim）、韋伯（Weber）、和馬克思（Marx）的社會學理論，也包括了現代化理論與世界體系論（Waters, 1995）。在本研究中，對全球化理論的界定則大致以 1970 年代的依附理論與世界體系論為開端，涵括至 90 年代以後 Held、Waters、Castells、大前研一等人的全球化論述，以及 Hirst 等人與新帝國主義論者對全球化論述的回應。而綜觀由 1970、1980 的依附理論與世界體系論起，1990 年代以後 Waters、Castells、大前研一等人對其提出修正，以及新帝國主義 / 文化帝國主義者捍衛階級衝突觀點的在修正等一連串論辯，大致可以將其歸納為「慶賀」與「批判」兩個陣營。

對全球化採取慶賀觀點的包括「極端全球主義者」大前研一（1990 / 黃柏棋譯，1993）、主張「世界地位體系」的 Waters（1995）、以及提出「網絡經濟」的 Castells（1996）等人。他們大多強調全球化重塑了世界的新秩序，帶來新的政治經濟範型。

慶賀主義者認為，資本與生產要素透過自由市場與資訊科技的發展，得以在全

球範圍下自由流動，決定各國分工位置的方式則是依照比較利益法則，第一世界與第三世界的分野被打破，世界體系的「核心—邊陲」關係亦不復存在。民族國家的經濟主權在「無國界」中示微，另一方面，文化經濟的「象徵化」逐漸超脫於國家機器的管制能力之外。跨國企業則取代民族國家成為體系中的主要行動者。資訊科技的發展成為生產「去中心化」的基礎，「即時」生產的「資訊經濟」、「網絡經濟」取代「核心—邊陲」的世界經濟。另一方面，符號交換也透過資訊科技的傳佈而更加無遠弗屆地「全球化」。在文化商品的全球化上，地方／區域性的媒介興起，文化帝國主義所指稱不平等的「資訊流動」也應該被重新檢視（Ohmae, 1990 / 黃柏棋譯，1993；Waters, 1995; Castells, 1996; Held, 1990 / 楊雪冬等譯，2001；紀金山，2001）。

持批判看法的則包括世界體系與依附理論者、Hirst 與 Thompson（1996）等懷疑論者、以及新帝國主義與文化帝國主義的看法。他們強調全球發展的持續不平等現象，認為「全球化」與「自由市場」是一種迷思，其目的在於讓核心國家得以遂行剝削之能事。

批判論者認為，國際分工呈現「等級化」的現象，核心國家藉由剝削邊陲國的剩餘價值而得到發展，邊陲地區則因此陷入長期的低度發展之中。而由於體系中的國家位置本來就具有潛在的流動性，因此新興工業國家的發展並不能掩蓋依附現象持續存在的事實。國家經濟體在體系之中仍佔有重要地位，在「自由市場」的背後，跨國企業往往透過母國的政策以保護其投資。而體系中的各國家力量並不均等，核心國家強大的國家機器有助於其剝削邊陲地區的剩餘價值。科技的發展與應用是加強壟斷的方式之一，而由於剩餘累積的不均衡，核心國家往往有更多機會去研發與近用新科技，進而持續或擴大與邊陲之間的不平等關係。最後，媒介產業的全球化即是「集中化」與「國際化」，這並非是一項自然法則，而是幾個主要國家有意識地推動下的結果。地方／區域性媒介的興起不能掩蓋全球資訊流動不均衡的事實，更有甚者，這些「第二層」的媒介企業又往往依附於既存的世界體系之中。（Wallerstein, 1974, 1979, 1990；蕭新煌，1987；Webster, 1984 / 陳一筠譯，1987；Schiller, 1991; Adda, 1997 / 何竟、周曉辛譯，2001；Hirst & Thompson, 1996; McCheasney, 2001; Herman & McCheasney, 1997; Herdt & Negri, 2000 / 韋本、李尚遠譯，2002）。

這兩個陣營的看法又可以簡單摘要如下表所示：

表一：全球化理論整理

	慶 賀	批 判
全球勞動分工	<p>各地區在開放的全球市場上自由競爭，依照其「比較利益」決定在全球體系中的分工位置。</p> <p>「網絡」生產造成生產的「去中心化」，生產要素在全球範圍中流動並重組。</p> <p>以從屬於個人品味且不受物質範圍限制的符號商品為主。以消費、生活型態、和價值承諾為基礎的「世界地位體系」繼而取代了世界階級。</p>	<p>國際分工在地理上呈現不均衡的狀態，國際體系由不同等級的地區所組成，其中核心國家藉由剝削邊陲地區的剩餘而得以發展，邊陲地區因而陷入依附關係的低度發展。</p>
國家角色	<p>民族國家的示微，面對無法掌控的跨國行動者，民族國家的經濟主權顯得無力。全球經濟的主要行動者轉變為區域經濟和商品鏈等超國家網絡組織或跨國公司。</p> <p>文化經濟的「象徵化」逐漸超脫於國家機器的管制能力之外。</p>	<p>國家經濟體決定的流程仍居主導地位。母國及其鄰近地區才是多國籍企業經濟活動的核心，而企業也需要母國的法律以保護其投資。</p> <p>各民族國家力量的不均等，核心國家透過國家機器的強制力以維持其優勢地位；而邊陲與半邊陲地區也會嘗試有計畫地使用國家機器，以改變其於體系中的分工位置。</p>
科技發展	<p>資訊科技是全球網絡經濟的基礎，提供了資本高速轉移以及公司大幅提升通訊能力的可能。</p> <p>符號交換透過資訊科技的傳佈更加無遠弗屆地全球化。</p>	<p>世界經濟將愈可能透過技術的進步而加以擴展，而少數特定區域有機會運用策略改變其既定位置，但由於剩餘累積的不均衡，核心國家往往有較多的機會研發與使用新科技。</p>
文化商品特性	<p>重視地方 / 區域性的媒介發展。</p>	<p>強調全球媒介集中化、國際化的寡占現象，認為區域性的媒介興起也並未改變新帝國主義下的依附結構。</p>

資料來源：Wallerstein, 1974; Ohmae, 1990 / 黃柏棋譯，1993；Straubhaar, 1991, 2000; Waters, 1995 / 徐偉傑譯，2000；Castells, 1996 / 夏鑄久譯，1998；Hirst & Thompson, 1996 / 朱道凱譯，2002；Held, 1999 / 楊雪冬等譯，2001；McChesney, 2001。

本研究主要依循批判主義的觀點，強調全球化不均衡的本質，以及「發展」與「低度發展」國家間存在著依附關係的事實。在動畫產業全球化的過程中，台灣等後進國家，由於不平等的分工方式與國際交換，致使部分國家（如美、日等）享有產品的大部分利潤，而其他國家（如台灣、南韓、中國大陸等）儘管負責大部分的製程，卻無法掌握分配產品的權利，甚至仍必須大量進口這些在自己土地上所製作的「外國」動畫。此一事實阻礙了本地文化工業的發展，亦即本研究所要強調的「核心—邊陲」關係，以下則將以動畫為例，作更深入的探討。

參、台灣動畫產業近況：從 OEM 到 OBM

台灣動畫代工業自 1990 年代中期以後，逐漸將生產據點轉向大陸與東南亞等地。雖然動畫代工的生產並沒有完全從台灣移出，但在動畫代工業務的確發生若干變化。一方面，在業務總量上，台灣的動畫代工量逐漸在衰退之中；另一方面，台灣動畫業者在全球動畫生產線上的位置也發生了改變，技術層次較高的部分，如電腦動畫、構圖、與原畫的部分還是保留在台灣地區；技術需求與利潤較低的上色作業部分，則轉移至其他勞動成本更為低廉的地方。宏廣協理古禮烘與會宇副總經理邱德炎均表示，OBM 在該公司產製動畫的比例的確有上升的趨勢。以會宇為例，目前 OEM 與 OBM 動畫約各佔一半。除此之外，各公司投資在 OBM 動畫的資金規模，也較以往來得高，例如：宏廣投資《紅孩兒》（1 億 2 千萬）、電視豆《魔豆傳奇》（1 億 2 千萬）等等。

在動畫電影的收入利潤分配中，原創占 30~40%、製作占 10%、行銷占 50%，由此可看出單純做動畫代工所產生的收益極少（戴皖文、林彥行，2004）。同時，在製作階段所面臨的競爭要來得更加激烈——這正反映在台灣動畫產業逐漸減少的代工機會上。台灣動畫產業在 90 年代以後國際分工狀態的改變下，逐漸朝向自有動畫發展。而在近年台灣所發展的自有動畫中，相較於過去曾有的作品，較特殊之處在於，「國際合製」似乎成爲一種全球分工的新潮流。

所謂合製，即是由幾家公司共同出資並各自負責擅長的工作（例如編、導、製、後製、發行…），再共同分享版權、共同分風險；如此，則可避免獨資造成的巨大風險（數位內容產業推動辦公室，2002）。在作爲加工出口的代工之外，「國際合製」的方式則提供了全球化下各國家參與國際分工的另一種方式。在急欲改變生產型態的動畫後進國家之中，國際合製案件亦提供機會。以南韓爲例，國際合製

被視為是挽救在 1990 年代晚期大受衝擊的韓國動畫代工業的一條坦途，透過合製，產業獲得從 OEM 轉向自有動畫（OBM）的機會（Cohn, 2005）。

而在本研究所訪談的九家業者之中，以國際合製方式完成的作品包括會宇《哈利與小恐龍》、《兒童十誡》、電視豆的《魔豆傳奇》、《金牌熊貓》、春水堂的《阿貴（日本電視版）》、以及宏廣的《科學西遊記》等（見表二）。

表二：合製動畫列表⁵

片名	年代	主要業者	主要合作對象	參與方式
阿貴（日本版）	2001	春水堂	日本Aniplex	角色原創 ⁶ 、製作
兒童十誡	2003	會宇	美國TLC	製作
魔豆傳奇	2004	電視豆	日本Planet	角色原創
哈利與小恐龍	2005	會宇	CCI	製作
科學西遊記	2006	宏廣	國家地理頻道	角色原創、製作

資料來源：本研究整理。

「合製片」和「代工片」的差別，主要並不是在於分工方式的差異上，應該是以投資行為來做區分，更精確的說是以「權利」來區分。在代工的製作案中，承包的代工業者僅收取一定金額的製作費用。而在動畫合製案中，產品開發的資金通常由數家廠商共同參與，而在影片完成後，由智慧財產權而來的獲利，也同樣依照合製條約而由共同參與的夥伴所分享。

綜觀近來台灣參與的國際合製動畫案，除了共通的資金投資外，依照分工方式，可以將其歸納為三種類型，如下表所示：

⁵ 傳統的膠片動畫產品的製作大致分為企劃（前製）、製作、後製三個部份。前製工作包括劇本、人物設定、美術設定、分鏡、色彩製作等等。製作部份包括第一製作階段的原畫與動畫製作、試拍、檢查，第二製作階段的工作則包含上色、背景製作。後製的部份則負責攝影、剪輯、混音、特效製作等部份。

⁶ 本文所稱「角色原創」屬於動畫影片前製作業的一部分，即「原案」與「人物設定」的工作；「前製」，則是指該公司不僅負責角色設定，還包辦腳本、分鏡等其他前製工作。

表三：台灣國際合製動畫類型表

	角色原創與設定	影片中期製作	代表案例
類型一	有	有	阿貴日本版（春水堂）
類型二	有	無	魔豆傳奇（電視豆）
類型三	無	有	哈利與小恐龍（會宇）

資料來源：本研究整理。

在目前台灣參與的國際合製案中，可以發現兩項趨勢：其一，台灣動畫產業的核心能力仍然是以製作層面居多。與魏均（2006）所整理的台灣國際合製電影的類型相比較，⁷ 可以發現，在動畫影片的國際合製案上，國外廠商鮮少投資國內的特定創作者，而合製影片的目標市場，主要也仍是以服務投資者所在的市場為主。在長年的代工下，欠缺編、導、企劃等前期製作的能力，是以國內業者對於角色原創之外的前製工作所能參與的部分仍然十分有限。⁸ 其二，儘管現階段產業的核心能力在於製作層面，但已有部分廠商開始參與前製階段的角色原創、設定等工作。這也證明了台灣動畫產業的確試圖朝向國際分工的上游——也就是試圖跨足於原來掌握在「核心」地區手中的製程，並藉此跳脫產業長期以來的依附發展。在類型一中，國內動畫業者不但參與「角色原創與設定」，也負責「動畫影片製作」的工作，例如春水堂《阿貴》（日本 TV 版）與宏廣《科學西遊記》。屬於類型二的合製案，國內動畫業者僅參與角色原創設定的工作，而不涉足動畫影片的製作過程，代表性案例是電視豆的《魔豆傳奇》，而這個類型的合製案目前在國內仍然比較少見。類型三的合製案則是國內廠商僅參與「影片中期製作」的部分，例如會宇的《哈利與小恐龍》等作品。

以上國際合製的案例或許可以視為近來台灣動畫產業發展的一個縮影。一來代工業務的縮減與對自有動畫投資的增加已成為產業當下的趨勢，國內各動畫公司無

⁷ 魏均（2006）將國內近年來的國際合製案例分為四種類型：第一種類型由好萊塢電影工業投資特定創作者，並以全球市場為目標。第二種類型也是由好萊塢廠商投資台灣特定創作者，但以區域（通常是亞洲或華語）市場為目標。第三種類型是非好萊塢（通常是日本或歐洲）的電影公司投資國內知名的藝術電影導演，並以國際藝術電影市場為主要目標，進行自主性較高的藝術創作。第四種類型則是由台灣電影公司尋求中國大陸方面的合作，並將目標定位在兩岸華人市場，或以中國市場為主。

⁸ 即企劃、編劇、導演、分鏡等項目。

論是在數量上或投資的金額上，都對自有動畫有更多的重視。然而，業者在自有動畫的製作上又往往受到「資金」、「前製能力」、與「發行管道」的限制，故試圖以國際合製的方式突破困境。而造成這片景況的原因，以下將就全球勞動分工、國家政策、科技發展、以及文化商品的特性四個因素進行分析。

肆、影響台灣動畫產業走向的四因素

一、全球動畫勞動分工的轉變

全球勞動分工體系的變化是影響台灣動畫產業發展最重要的一個因素（詳見圖一）。1950、1960 年代之際，由於勞工運動造成勞動成本的飆升，美國動畫產業開始尋求海外生產據點，動畫產業的全球分工由是展開。1960 到 1980 年代，原本的動畫代工基地—日本，也因為經濟發展、國民所得的提高而開始尋求另一批代工基地—即台灣與南韓等地，這是國際分工體系的第一次擴張。1980 年代晚期以後，台灣又在相似的背景下，為尋求更廉價的勞動力，將代工基地逐漸轉向中國大陸以及東南亞地區。

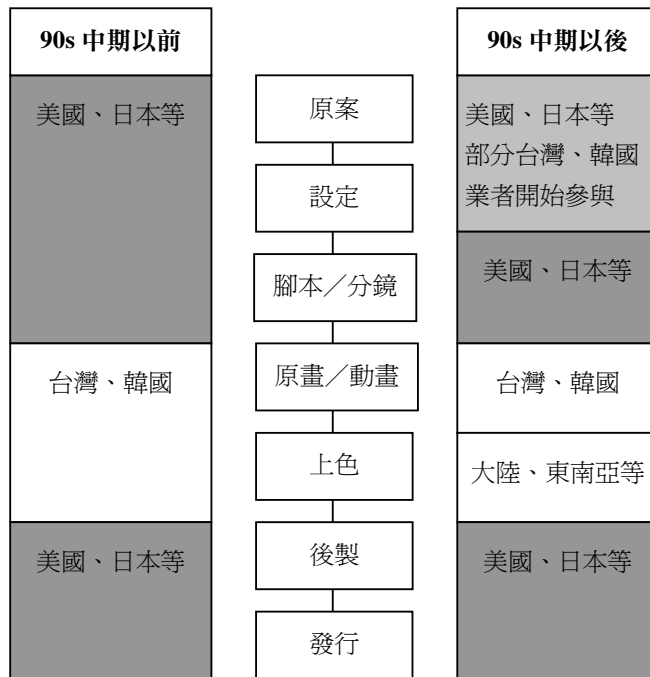
全球化下台灣動畫產業的發展與轉型



圖一：動畫產業全球體系沿革

資料來源：石昌杰（1997）；李道明（1997）；李彩琴（1997）；范健佑（1997）；金成均（2002）；林于勝（2002年12月，2003年4月，2004）；林于勝、許瓊如（2003年1月，2003年5月）；陳仲偉（2003）；王筱璇（2005）。本研究綜合整理。

在 1990 年代以後全球生體系的發展與擴張中，體系內的分工方式也發生了改變，其間的變化如下：



圖二：動畫產業分工變化

資料來源：本研究整理。

上圖二簡單表示了 1990 年代中期前後，在全球動畫生產線在分工方式上的差異。其中美國、日本是動畫產業中所謂的「核心國家」。而之所以稱其為「核心」的原因乃在於，該地區的業者掌握了動畫產品利潤的「分配權」。儘管由業者對於「合製」的定義看來，分配權不必然由「分工位置」所決定。然而，從表中可以看出，核心國家依然藉由對創意與發行階段的「壟斷」而得以維持其優勢地位。

由此觀之，動畫產業的全球勞動分工自 1950 年代起經歷了兩次擴張，而擴張的主要驅力即是在一定的技術水平下，尋求價格最低廉的勞動力。而在 90 年代以後，隨著影視產業中「國際合製」的盛行，台灣、韓國等動畫生產體系中的「邊陲／半邊陲」國家，似乎獲得更多改變分工位置的潛能。

二、國家政策

台灣動畫產業逐漸朝向自有動畫發展的趨勢，而許多受訪者也表示，政府在千禧年以後對數位內容政策的宣示，促成了台灣動畫產業朝向自有動畫發展。目前的相關政策，主要源自於 2002 年「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中文化創意產業、產業高值化（即提高傳統產業的規模與附加價值）、數位台灣等部分。而比較南韓、大陸之相關政策可以發現，近年來的動畫政策最為重要的乃是「資金」與「發行與映演」兩部分，其政策內容與影響分別如下所述：

（一）資金

資金上的幫助是目前台灣政府對於動畫產業最主要的輔導方式。政府對於動畫產業直接的資金補助措施中，較早開始的是行政院新聞局的輔導金計畫。該計畫於 1989 設立，1993 年，遠東卡通公司的《禪說阿寬》成為第一部獲得輔導金補助的動畫電影。台灣地區歷年來獲得輔導金之動畫電影，如表五所示：

表五：歷年動畫電影輔導金一覽

年代	片名	公司	金額
1993	禪說阿寬	遠東卡通	1000 萬
1997	魔法阿媽	稻田	1000 萬
2001	阿貴槌你喔	春水堂	400 萬
2002	動畫組 / 火焰山	宏廣	1500 萬
2003	動畫組 / 梁祝	中影	1200 萬
2003	動畫組 / 林旺爺爺的故事	宏廣	1000 萬
2005	3D 旗艦組 / 月球的暗面	第九單位	1500 萬
2005	3D 旗艦組 / 聶隱娘	三視、中藝	1500 萬
2005	3D 旗艦組 / 食憶巨獸	會宇、幻想曲	1000 萬

資料來源：行政院新聞局（2006）。

1993 年起，新聞局在國片輔導金制度中，著重保障動畫片的輔導名額，隨著數位內容產業而更加受到政府和產業界的重視（魏均、王俐容，2004）。在 2003 年輔導金實施辦法的修正中，更明文規定「配合 2008 國家重點發展計畫，將動畫特效及數位技術電影納入優先輔導對象」，顯示在輔導金政策上，台灣政府對於動畫產業的關注的確有提升的趨勢。而新聞局對於動畫片補助的態度是，希望能夠脫

離「二次加工」早日建立「自我品牌」。由於動畫的資本額相當大，因此，工業局往往需要扮演較重要的角色，協助業者融資、投資抵減（魏均、王俐容，2004）。是以來自經濟部工業局的「主導性新產品開發輔導辦法」成爲另一項資金來源。該計畫於 2001 年開始推行，起初主要以製造業爲輔導對象，2003 年以後，隨著數位內容產業逐漸受到重視，西基公司成爲第一家受到該計畫補助的動畫廠商。直至今日，在技術開發之外，甲馬、電視豆、春水堂、與宏廣等業者所推出的動畫影片也獲得直接的資金補助。

表六：動畫產品通過主導性計畫一覽

公司名稱	計畫名稱	金額*
西基電腦動畫股份有限公司	高解析度 3D 動態內容與技術	19,713,000
會宇多媒體	數位立體電影播放系統暨影片製作技術開發	21,520,000
甲馬創意	太陽之淚電腦動畫影集	NA
電視豆	3D / 2D 電腦動畫內容-金牌熊貓系列產品	NA
春水堂科技娛樂	貴 Land3G 動畫開發	NA
宏廣	林旺爺爺的故事	NA
太極影音科技	高擬真 3D 人物動畫音樂內容	NA
太極影音科技	虛擬與真實之即時互動內容製作系統	NA
和利得多媒體；方聯科技	原鄉電視動畫影集--大嬸婆與小聰明全球開發計畫	NA
甲尚	互動 3D 角色動畫開發工具	7,514,000

* 金額部分依「各機關公款補助團體私人情形季報表」累計至 95 年第二季爲止，其中註明 NA 者，即截至 95-2 季報表中未提及、或未標示金額者。

資料來源：經濟部工業局（2005，2006a，2006b，2006c），本研究綜合整理。

總的來說，在政府動畫相關的資金補助政策上，如主導性計畫、電影輔導金等，都帶有鼓勵「自有動畫」發展的目的。在業界服務的受訪者，包括宏廣協理古禮烘、電視豆經理張儷齡、與會宇副總邱德炎均認爲，政策對於自有動畫的發展有促進的效果。此外，工業局吳俊毅研究員也指出，政府在「主導性計畫」的審核上，盡量是以鼓勵自有動畫的發展爲主。而推動自有動畫的原因，則是著眼於「產值」。而數位內容的收益又多來自於其「智慧財產」的掌握，是以政府鼓勵國內動畫業者積極朝向自有動畫的發展來轉型。

（二）發行與映演

在市場政策部分，一方面，台灣媒介市場開放較早，相較於南韓、大陸等地區，缺乏對本土市場的保護政策。台灣市場較前兩者開放得早，特別是在美國 301 條款實施之後更是如此。此外 1990 年代 WTO 在一陣爭取「文化免議」的談判浪潮中，台灣又早已放棄爭取對媒介產品採配額限制，以輔助國內產業的機會。而要在一個已開放的市場下進行再管制，自然是困難許多。儘管在工業局的產學會議中曾提出過這個問題，但目前政府並沒有發展市場保護政策的企圖。

Shiau (2002) 則將台灣大量進口外來動畫的歷史追溯到僅有無線三家電視台的 1970 年代，認為當時政府將進口動畫視為一種「賺錢」的工具—以相對低廉的價格獲得還算不錯的廣告收益，而同時，日本動畫業者以「包裹出售」的方式大量傾銷其產品，也助長了這樣的趨勢。王筱璇 (2005) 的研究也指出，由於國內自製動畫與購入國外影片的成本相差懸殊，導致國內電視台傾向購買國外影片而非投入自製動畫的創作。

相較之下，從南韓的電影配片制度來看，早在 1954 年，該國便開始修法免除電影產業之稅賦，最遲在 1965 年以後，更開始實施配額措施，要求外國電影不得超過本國三分之一的製片量。到了 1980 年代，同樣面臨美方打開市場的壓力，韓國卻仍堅持對電影產業在本土市場上予以保護，雖然 90 年代以後略有波動，但銀幕配額政策依舊持續執行 (馮建三，2002)。而這樣的歷史背景也使得南韓在推行數位內容產業的市場保護政策上較為容易。

總的來說，無論從市場政策對台灣動畫產業的影響來看，國家在業已「全球化」的動畫產業中仍然扮演相當重要的角色。一方面，國家政策試圖幫助產業發展，而其方式主要是透過資金補助鼓勵廠商投資於自有動畫之製作。而檢視其中的政策思維，正如同學者戴皖文 (2006) 所指出的，台灣的數位內容政策，著眼點在於「產值」的提升，而非對於本土文化存續的關心。另一方面，無論是市場保護政策的「有」或「無」，國家角色都在其中發揮影響。中國大陸、南韓等國採行「進口替代」的方式協助產業發展不消說，台灣看似開放的「自由市場」，正如同 McChesney (2001) 所指稱的，它並非是「自然」形成的，而是由三台時代的媒介政策、以及美國政府的強行干預所造成的。由此可以看出，動畫產業的全球化絕對不僅是基於比較利益的國際分工，而是產業與各國政策在以全球為範圍的互動下所形塑的結果。

三、科技發展

1990 年代以後，數位科技的應用影響了台灣動畫產業的發展。例如，電腦繪圖的技術降低了動畫生產的成本，網路 FLASH 技術的應用更進一步地降低製作動畫的進入障礙。

電腦繪圖對動畫產業最主要的影響在於製作層面上，即幫助降低動畫生產的成本與提高生產效率。一方面，電腦繪圖的著色功能取代了傳統手繪上色的位置；另一方面，3D 電腦繪圖的「元件化」特性，⁹ 長期來看也有助於降低動畫的生產成本。整體而言，在 CG 技術的使用上，台灣動畫產業與國外使用的軟體相當類似，例如目前國內業者大多是使用「maya」，而國外大部分也是以同樣的軟體進行操作，因此在技術上與國外的差距並不大。

儘管宏廣古禮烘協理表示，使用電腦動畫成本降低的影響，對資金有限的國產動畫在國際競爭上是有幫助。然而，多數受訪者在談及電腦繪圖對自有動畫發展的影響時卻也都指出「資金」和「說故事的能力」是台灣與其他動畫先進國家最大的分野。一來國內業者由於資金限制以及習於代工業務，在專利特殊軟體的研發上仍不及國外大廠。二來，在「說故事的能力」上（指動畫創作的創意，以及影像陳述、表達的能力），由於台灣自製動畫發展遲緩，經驗上的缺乏造成台灣動畫產業在上述能力上的嚴重不足。此外，飛普動畫美術總監古惟仁更指出一種「科技的迷思」認為：

他們（動畫製作者）認為要用現在 3D 的軟體，他們認為那個是高科技，是最現代的、同步的，可是他忘記那只是工具。你真正一個影片要好看，不是在於那個技術好看，就像你今天是用傻瓜相機拍照，跟專業相機拍的畫質當然不同，可是你要怎麼拍一張感動人的照片，這跟相機無關，問題就在這個地方……。

網際網路的興起與 FLASH 技術的應用則是在 90 年代末期大行其道，簡易的技術與較低的進入障礙讓 FLASH 動畫一度蔚為風潮。飛普動畫導演郭浚明也認為 FLASH 的成本不僅相對低廉，在技術門檻上也較容易進入，對動畫師的養成速度

⁹ 在動畫製作過程裡，每一個場景，諸如人、物、一草一木都拆成個別的單元，稱為元件化。由於是電腦數位製作，因此每一個元件都必須獨立製作，再進行合成，因此每一個元件都可以重複利用（魚夫，2002）。

也大有幫助。過去傳統動畫的動畫師，可能要經過三年實際操作，才真正可以進階到足以稱為「動畫人才」的程度，而要培養能使用 FLASH 技術的人員則相對容易許多。Shiau (2002: 137) 指出，FLASH 的發展降低了進入障礙，更改變了動畫生產的結構—讓對「前製」過程的參與變得更加容易。林子勝 (2004) 更認為，網路動畫業者在分工上可以由前製、製作、到後製一手包辦。

然而網路動畫產業的發展並不如預期順遂，由於網路動畫市場未臻成熟，在商業模式尚未普及的狀態下，網路動畫的風潮並沒有持續太久。由於網路動畫創作多半來自一時的創意，故事題材是否適於延伸或配合發展衍生商品，在事前往往沒有詳細的規劃。而透過動畫文本本身來獲取利益則是困難的，網路動畫一開始多是免費的方式流傳，而目前一般消費者尚無法接受付費觀賞的模式 (林子勝、許瓊如，2003)。2004 年，「在線上」結束營業，而《江西傳奇》的會宇也逐漸退出網路 FLASH 動畫的經營，副總經理邱德炎針對網路動畫發展的轉變表示：

當時那個年代是網路年代，很多在網路上可能可以發生的事情大家都願意去嘗試。而 FLASH 動畫正是網路上面一個「新鮮事」，所以當時是「為了做 FLASH 動畫」，而不是「為了作動畫」。

儘管部分全球化理論者認為，世界經濟將愈可能透過技術的進步而加以擴展，而少數特定區域有機會運用策略改變其既定位置 (紀金山，2001)。而在媒介產業上，學者 Strabhaar (1992 / 唐維敏譯，1995) 也認為，在科技發展下，節目生產設備的成本價位下降，將促使本土 / 區域性的媒介產品問世。然而，本研究發現卻指出，科技作為對「製作階段」的革新，生產設備 (電腦繪圖) 的發展，對於台灣動畫產業在傳統代工業務上的重新定位有幫助。然而對於本土性 / 區域性的自有動畫發展卻幫助有限。電腦繪圖的確降低了生產成本並提高效率，然而核心地區的壟斷能力主要是展現於企劃、編導、與行銷的能力上，電腦繪圖在此並沒有能促使本土 / 區域性的動畫媒介產生。同時，也如同較為批判的全球化論點所指出的，由於剩餘累積的不均衡，核心國家往往有較多的機會研發與使用新科技。另一方面，科技作為對「發行 / 傳佈階段」的革新，網際網路與行動媒體等新媒介平台，由於經營模式的未確立，透過網路所串連的「全球華人市場」或是「泛中國區域」 (Pan-China region) 也並沒有產生。或許，正如同 Caves (2003) 所指稱的，儘管發行通路電子化的風潮，令過去的發行體系顯得過時，但一些根本的經濟問題，如將產品訊息傳達給發行商與消費者，以及製作人與發行商間的契約等從未消失。是以藉由

對編導、企劃能力以及發行管道的掌控，新科技的發展並無能對全球動畫生產體系中，「核心—邊陲」不均衡的發展產生太大衝擊。

四、文化商品的特性

文化商品在全球化下之樣態，一方面，偏向慶賀主義的文化接近論者認為，本土／區域性的媒介基於閱聽人對熟悉的文化元素之偏好，將有若干發展的機會，特別是在電視節目的生產設備跌停之後。另一方面，持批判觀點的論述則認為，幾家主要的發行公司掌控了發行通路，繼而宰制媒介市場。而本研究發現，文化接近是否對台灣自有動畫在華語市場上的發展帶來優勢，也沒有得到一致的結論，各業者似乎都企圖掌握最佳的「文化距離」。而國內多數自有動畫受限於發行能力，仍然以亞洲，特別是華語市場為主要的收益來源。

由於台灣地區內需市場缺乏足量性，是以近年來台灣自有動畫的發展，往往以台灣以外的地區作為目標市場。以中華卡通公司的《梁祝》與《少林傳奇》為例，來自台灣本身的收益大概只有 10% 到 15% 左右，主要的收益來自於歐美市場與中國大陸。由此觀之，台灣自有動畫的消費市場不再侷限於國界之內，其現況與成因將分為以下兩點陳述：

（一）題材選擇與文化接近

根據受訪者指出，自有動畫的題材選擇與目標市場的設定有很大的關係，本研究整理如表七。而在表列 16 部自有動畫影片中，共有 10 部是以台灣或中華文化做為題材。然而，對於題材與市場之間的關聯性，本研究各受訪者的看法卻不盡相同。

表七：台灣自有動畫題材與市場整理表

年代	名稱	公司	題材	媒介別	主要市場
1999	魔法阿媽	稻田	台灣民間傳說	電影	台灣 / 韓國
1999	阿貴 (FLASH)	春水堂	台灣俚語	網路	台灣
2001	阿貴 (日本 TV)	春水堂	添加日本人物場景	電視	日本
2002	阿貴槌你喔	春水堂	台灣俚語	電影	台灣
2002	蔡志忠系列	甲馬	中國古籍	電視	台灣 / 中國*
2003	兒童十誡	會宇	聖經	電視	歐美 (G7)
2003	少林傳奇	中華	中國功夫	電視	歐美 / 中國
2004	梁祝	中華	中國傳說	電影	歐美 / 中國
2004	魔豆傳奇	電視豆		電視	亞洲
2005	紅孩兒	宏廣	中國傳說	電影	亞洲 / 東南亞
2005	原住民神話	甲馬	台灣原住民	電視	
2005	哈利與小恐龍	會宇		電視	歐美 (G7)
2005	飛鯨戰士	會宇		電影	中國
2006	飲茶—功夫學園	鴻鷹	中國功夫	電視	中國
2006	食憶巨獸**	會宇		電影	中國***
2006	太陽之淚**	甲馬	台灣原住民	電視	歐美***

*：目標市場是歐美，實際收益以台灣、大陸為主。**：製作中。***：目標市場。

資料來源：本研究製表整理。

部分受訪者認為這些具有地方（尤其是中國）色彩的題材，對本土或區域市場的閱聽人而言會感到比較熟悉。如鴻鷹業務經理劉蔓玲認為，該公司《飲茶's》與《功夫學園》的題材，對亞洲閱聽人而言比較熟悉。這種看法與「文化接近性」（cultural proximity）的概念相符。¹⁰ Shiau（2002）也認為，文化接近性是網路FLASH 動畫《阿貴》與《訐譙龍》受到歡迎的因素之一，並認為這證實了「地理

¹⁰ 此概念由 Pool（1977）所提出，認為進口節目於在地市場上必須克服語言、社會支持、與文化三種障礙，而本國節目在此較具優勢，這也帶領電視產業與廣告商製作更多的本國節目，以及進口來自相同區域、文化、語言的節目。延伸這樣的觀點，Straubhaar（1991）認為當其他因素相當時，觀眾會偏好與其文化較接近的節目。而影響文化接近最重要的因素是語言，除此之外，其他的文化元素，諸如服飾、膚色、肢體語言、手勢、幽默感、音樂傳統、宗教等也很重要。

語言區域」(geolinguistic region)的概念，而台灣也因而享有華語的地理語言區域市場廣大的優勢。

另一方面，也有受訪者認為，具有地方文化特色的產品，對於身處不同文化消費市場的閱聽人（如歐美）而言，會特別感到新鮮，繼而刺激消費。這樣的概念和 Tain、Beardeu 與 Hunter 等人（2001）所指出，消費者對「獨特性」（uniqueness）的需求相當類似。如中華卡通公司鄧橋總監在回應「為什麼要選擇少林、梁祝這樣中國式的題材」時，強調以東方題材的新鮮感作為吸引國外消費者的方式，並指出：

很簡單的問題是說，你如果也跟他們一樣做一個全然沒有背景的東西，請問你拿什麼跟人家拼，你完全沒有任何一點點的噱頭。…你一定要有一些題材，像《少林》主打功夫嘛，《梁祝》主打東方的愛情故事…因為你想要去做一些科幻的，或像《史瑞克》那樣搞笑的，甚至於美式笑話，你真的有認為台灣人做的美式笑話會有美國人做的美式笑話好嗎？

而在歸納受訪者的意見之後，本研究發現，動畫製作者試圖在全球市場上與消費閱聽人維持一個適當的「文化距離」——一方面要讓消費者感到「新奇」，同時又必須讓閱聽人夠熟悉、至少足以理解和接受。如會宇副總邱德炎強調，東方題材對於歐美市場有其吸引力，但畢竟亞洲與歐美之間的文化背景的差異還是很大。所以還是需要對這些傳統文化稍加修改，「把中國風的東西用西方的方法或技術去包裝」，迎合市場的胃口，才有機會獲得商業上的成功。

整體而言，這樣的研究發現與陳韜文（2001）所指出的現象十分類似。陳氏探討迪士尼動畫長片《花木蘭》的產製過程中，如何將東方的傳說轉化為西方的動畫文本。研究發現，迪士尼為了「不使所有的影片流於雷同」，必須從不同的「背景」與「文化」中尋找「新而有趣的人物」。但在此同時，若是過於「異國情調」，觀眾可能反倒不喜歡，是以必須透過「文化轉移」（transculturation）的過程，使媒介產品更加美國化或全球化。此外，岩淵功一也在台灣的日劇迷身上有類似的發現，其中一位受訪者指出「這種外國的特性令日本電視節目多采多姿且吸引人，日本和我們的距離感令人感到十分舒服」（岩淵功一，1998）。從業者的角度來看，在題材的選擇上，與其說是以「文化接近」為考量，不如說是在尋求一個適當的「文化距離」更為貼切。

（二）發行商的限制

值得注意的是，儘管上述研究發現指出，在台灣動畫產業的發展上，「文化接近性」或「地理語言區」的概念，並沒有如同 Strabhaar (1991, 2000) 與 Ferguson (1992) 在拉美等地所觀察到的，促使一個植基於語言文化的區域性市場形成。然而在表七中卻可以發現，亞洲市場（尤其是華語市場）的收益對於支撐台灣自有動畫的發展具有舉足輕重的地位。更有甚者，除了中華卡通（中影發行）的《梁祝》與《少林傳奇》外，以「非華語」市場為主要收益對象的作品，幾乎全是國際合製的案子。

而形成這個現象的原因，則與台灣動畫產業在國際分工中的位置有關。從甲馬《蔡志忠系列》的個案中可以發現，儘管動畫業者的「目標市場」放在歐美甚至全球的一股「東方熱」上。然而，產品實際的主要收益卻仍是來自於台灣與中國大陸地區。這又是由於負責發行的大眾書局，主要是在經營亞洲市場的緣故。而這樣的例子並不只在甲馬出現，在會宇的例子，該公司也僅負責亞洲地區的發行業務，中華卡通總監鄧橋更指出，除了美國以外，包含日本在內，很多發行都要靠海外發行商。

全球發行管道掌握在少數廠商手中的事實，從動畫電影票房統計也可以略窺一二。2001 年美國動畫電影的市佔率看來，前五大發行商市佔率總合竟高達 98%，其中最大的兩家—Buena Vista 與 Universal，則拿下了 83% 的市場（資策會，2003）。這樣的結果顯示了，發行管道受到寡佔壟斷，市場受到少數發行商所宰制的狀況，在動畫產業中同樣是相當明顯。而台灣地區的情況也類似於此，根據中華民國電影年鑑所提供之票房收入，自 1995 年至 2004 年十年間，由博偉和環球所發行之動畫電影，約佔台灣動畫電影票房的 83%。而上述發行公司和全球兩大動畫製片商—Disney 與 DreamWorks 間的垂直整合，也成為好萊塢全球霸權的另一項佐證。學者陳世昌也表示，發行能力的限制，才是台灣自有動畫以中國大陸或亞洲為主要市場的主要原因。

由此觀之，國內自有動畫以亞洲（華語）市場為主要收益來源的特徵，並非是文化接近性所帶來的一項「機會」，反而是由於缺少國際發行能力所形成的一種「限制」。更有甚者，不僅是在國際發行 / 映演資源的缺乏，稻田工作室製作人黃黎明也指出，本土的動畫影片在尋找國內的放映管道上也有其困難之處。這都說明了，動畫產業的全球化與文化接近論者對區域媒介發展的觀察相去甚遠，製作設備的成本下降以及閱聽人對在地文化的偏好在動畫產業全球化的發展中都並不顯著。

另一方面，好萊塢透過寡佔的卡特爾宰制整個媒介市場，大片廠垂直整合各發行環節，以確保其利潤的回收（Miller, Nitin, McMurria, & Maxwell, 2001 / 馮建三譯，2003；Wasko, 2004）。少數公司壟斷了全球發行的管道，台灣動畫產業難以近用這些資源，是以呈現一個看似「區域化」的樣態。但這其實是顯示台灣動畫產業現階段仍然被排拒在全球動畫生產的核心之外，並且持續陷於對於核心地區的依賴之中。

伍、結論

台灣動畫產業在上述四個變項的影響下，逐漸轉向自有動畫發展，無論是傳統的動畫代工業者或新進廠商都是如此，企圖在既有的全球體系之中找尋一個新的分工位置。在這樣轉型的過程中，國家政策的影響具有關鍵的影響力，國際合製的方式也成為發展自有動畫的一項助力，然而科技發展與文化接近的效果卻沒有對本土 / 區域性動畫媒介的興起產生太多直接的幫助。儘管台灣動畫產業正逐漸藉由分工方式的改變來改善在全球動畫生產體系中的位置。然而，這樣的改變仍然面臨資金、人才等等困境，而指標性的成功案例也尚未出現。更有甚者，如同世界體系論中所指稱的，體系內的國家具有移動的可能性，並不會改變整個體系之中剩餘分配不均衡的事實。

極端全球主義者強調全球化下各地方在開放的自由市場中，依其比較利益決定分工位置，則市場看不見的手會帶來整體利益的最大化（Ohmae, 1990 / 黃柏棋譯，1993）。然而，從動畫產業的發展來看，全球生產體系中的「不均衡」現象卻持續存在。事實上，大多數的全球化理論者，也或多或少地承認全球化不均衡的本質。此處所謂的「不均衡」，不僅是指國際傳播 / 資訊流動的不對稱，同時也是生產過程中，剩餘分配的不平等。這便是依附理論與世界體系中所指稱的「核心—邊陲」關係。

Froebel、Jurgen 與 Otto（1980）「新國際分工」（New International Division of Labour, NIDL）與 Miller 等人（2001 / 馮建三譯，2003）「文化勞動的新國際分工」（New International Division of Cultural Labour, NICL）的形容，與依附理論有共通之處，它們都指出了全球勞動分工下的不平等狀態。這裡的「新」是相對於「（舊）帝國主義」而言，戰後的「去殖民化」運動看似使更多第三世界國家獲得解放，民族國家的角色也逐漸讓位給跨國企業（transnational companies, TNC） / 多

國籍企業 (multinational companies, MNC)。然而，不均衡、不平等的交換關係並未因依附形式的轉變而消失，這就是「新殖民主義」以及「金融與技術依附」、「工業與技術依附」(Dos Santos, 1978；轉引自蕭新煌，1987)的核心概念。跨國企業在世界各地尋找溫馴、廉價的勞動力來源，對發展中國家而言，其經濟發展則必須服膺於 MNC (通常來自已開發國家) 的需求。而在全球的 NIDL / NICL 之下，能夠提供廉價、溫馴勞動力的國家為數眾多，能掌握關鍵的生產製程的國家卻極少，供過於求的市場結構形成了不平等的交換關係，而剩餘價值就在其中由「邊陲」流向「核心」。在動畫產業裡，此現象即體現於由美、日等地區掌握了動畫生產的「創意」與「發行」階段，而體系中的發展中國家則多淪為廉價的勞動力提供者。因此本研究認為，全球化下的「新」國際分工並未和依附體系產生斷裂。Lent (1999) 也指出，第三世界國家 (東 / 南亞) 在資訊傳播媒介上受到跨國公司 (來自歐美或日本) 控制的事實，應該被視為是殖民時期依附關係的延伸。整體而言，儘管在手段與形式上有所不同，但資本主義「核心—邊陲」依附關係的本質，並沒有因為「新」的全球化時代而改變。

台灣目前的現況是，一方面，在經濟面向上，由台灣近來自製與合製動畫數量上升、以及廠商願意投入更多資源經營 OBM 的趨勢看來，相較於過去的代工業務，自有動畫的確能擴大本地廠商在國際交換中所獲得剩餘的份額。換言之，即是在對美、日等國的核心—邊陲關係中「向上提升」了。但從比例仍高的代工業務、以及台灣本土市場上以美、日作品為主流的狀況上看來，目前仍很難斷言其已脫離產業的「依附發展」。

另一方面，在文化面向上，同樣由於上述自有動畫數量提升的結果，使得國人能接觸到更多由本土人才所創作的自有動畫作品。在此值得注意的是，並非所有在「經濟」面向上有所提升的「合製」模式，都能同樣在「文化 (保護)」面向上有所提升。在三種國際合製的類型中，三者均能透過投資方式的改變而獲得更多對產品利潤的掌控。然而，在第三種合製類型中，國內業者並未能參與製作的「創意」階段，而是僅負責影片的「再製」階段。因此在此一類型的國際合製中，在短期而言，並未能達到增加「由本土人才所創作之自有動畫」的文化目的。

台灣動畫產業由 OEM 轉向 OBM 最大的驅力在於國際分工情勢的轉變，使得產業在 OEM 上生存的空間劇減，OBM 動畫遂成為在「產值提升」與「文化保存」雙方面共同的答案。然而，從上述第三類型的合製案例中可以發現，文化與經濟面向的發展未必會全然相符，因此在經濟面的產值發展之外，是否能建立更多、

註解 [y1]: 此處有更動

更深入關於文化面向的發展標準甚或保護、輔導政策，是一個值得關注的問題。

參考書目

- 王筱璇（2005）。《台灣動畫產業之競爭優勢研究—以鑽石體系的觀點分析之》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 石昌杰（1997）。〈美式卡通帝國的興起〉。載於黃玉珊、余為政（編），《動畫電影探索》，頁 77-92。台北：遠流。
- 行政院新聞局（2006）。〈歷年國片製作輔導金入選影片（1990-2005）〉。上網日期：2005 年 12 月 20 日，取自 <http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=29143&ctNode=3622>
- 何竟、周曉辛譯（2001）。《經濟全球化》。台北：米納貝爾製作。（原書 Adda, J. [1997]. *La mondialisation de l'économie*. Paris: La Découverte.）
- 朱道凱譯（2002）。《全球化迷思》。台北：群學。（原書 Hirst, P. & Thompson, G. [1996]. *Globalization in question: the international economy and the possibilities of governance*. USA: Blackwell Publishers.）
- 沈宗瑞、高少凡、許湘濤、陳淑鈴譯（2001）。《全球化大轉變—全球化對政治、經濟與文化的衝擊》。台北：韋伯。（原書 Held, D. [1999]. *Global transformations: politics, economics and culture*. UK: Polity Press.）
- 金成均（2002）。《中國文化產業中的動畫產業及其產業政策之研究》。淡江大學大陸研究所碩士學位論文，台北。
- 李道明（1997）。〈什麼是動畫〉，黃玉珊、余為政（編），《動畫電影探索》，頁 19-23。台北：遠流。
- 李彩琴（1997）。〈台灣動畫的發展與現況〉，黃玉珊、余為政（編），《動畫電影探索》，頁 196-211。台北：遠流。
- 林子勝（2004）。〈台灣動畫產業的昨日、今日及明日〉。上網日期：2005 年 06 月 10 日，取自 <http://www.nmipo.org.tw/files/3-1/11pdf/Taiwan-MIC.pdf>
- 林子勝（2003 年 4 月）。〈中國大陸動畫產業發展現況分析〉。《產業透析：電子商務透析》，頁 17-23。
- 林子勝（2002 年 12 月）。〈日本動畫產業之發展現況〉。《產業透析：電子商務透析》，頁 2-13。
- 林子勝、許瓊如（2003 年 5 月）。〈我國動畫產業發展沿革與現況分析（下）〉。

- 《產業透析：電子商務透析》，頁 15-24。
- 林子勝、許瓊如（2003 年 1 月）。〈我國動畫產業發展沿革與現況分析（上）〉。
《產業透析：電子商務透析》，頁 16-20。
- 林奎佑（2004）。《台灣文化創意產業之研究》。國立政治大學經營管理碩士學程
學位論文。
- 范健祐（1997）。〈日本動畫的來龍去脈〉。載於黃玉珊、余為政（編），《動畫
電影探索》，頁 114-152。台北：遠流。
- 韋本、李尚遠譯（2002）。《帝國》。台北：商周。（原書 Hardt, M. & Negri, A.
[2000]. *Empire*. Cambridge: Harvard University Press）
- 岩淵功一（1998）。〈日本文化在台灣：全球本土化與現代性的「芳香」〉，《當
代》，125: 14-37。
- 唐維敏譯（1995）。〈不對稱相互依賴與文化接近：國際電視節目流通的批判回
顧〉，《傳播文化》，3: 163-91。（原文 Straubhaar, J. [1992]. *Asymmetrical
Interdependence and Cultural Proximity: A Critical Review on the International
Flow of Television Programs*. 「第三屆電影電視錄影國際學術會議」，台
北。）
- 徐偉傑譯（2000）。《全球化》。台北：弘智。（原書 Waters, M. [1995].
Globalization. London: Routledge.）
- 紀金山（2001）。〈全球化空間論述的歷史省思：兩種資本主義範型的比對〉。
《東吳社會學報》，10: 67-100。
- 夏鑄久譯（1998）。《網絡社會之崛起》。台北：唐山。（原書 Castells, M. [1996].
The Rise of Network Society. Cambridge, MA: Blackwell Publishers.）
- 魚夫（2002）。〈台灣影音動畫業的未來〉。上網日期：2005 年 06 月 10 日，取
自：<http://www.tdva.org.tw/03-1-4.html>
- 黃柏棋譯（1993）。《無國界的世界》。台北：聯經。（原書 Ohmae, K. [1990].
The borderless world: power and strategy in the interlinkeddeconomy. New
York:Harper Business.）
- 黃牧慈（2003 年 11 月）。〈向皮克斯看齊！台灣原創，能玩出鴻海 3 倍產
值？〉，《e 天下》，29，上網日期：2005 年 06 月 10 日，取自
<http://www.techvantage.com.tw/content/035/035144.asp>.
- 陳一筠譯（1987）。《發展社會學》。台北：華夏。（原書 Webster, A. [1984].
Introduction to the Sociology of Development. London: Macmillan.）

- 陳仲偉（2003）。《文化產業全球化的發展模式—以日本動畫產業為例》。國立清華大學社會學研究所碩士學位論文，新竹。
- 陳韜文（2001）。〈文化移轉：中國花木蘭傳說的美國化和全球化〉，《新聞學研究》，66: 1-27。
- 馮建三譯（2003）。《全球好萊塢》。台北：巨流。（原書 Miller, T., Nitin, G., McMurria, J. & Maxwell, R. [2001]. *Global Hollywood*. London: British Film Institute.）
- 楊志弘（1999）。〈大中華電視市場的發展：台灣、香港、中國電視的合作關係之展望〉，《傳播管理學刊》，1(1): 1-18。
- 楊雪冬，周紅雲，陳家剛，褚松燕譯（2001）。《全球大變革：全球化時代的政治、經濟、與文化》。北京：社會科學文獻出版社。（原書 Held, D. [1999]. *Global transformations: politics, economics and culture*. UK: Polity Press.）
- 經濟部工業局（2005）。〈各機關公款補助團體私人情形季報表（93 年度第四季）〉。上網日期：2006 年 12 月 20 日，取自
http://www.moeaidb.gov.tw/portal/method/execuinfo/benefit/93_Q4.pdf
- 經濟部工業局（2006a）。〈各機關公款補助團體私人情形季報表（94 年度第四季）〉。上網日期：2006 年 12 月 20 日，取自
http://www.moeaidb.gov.tw/portal/method/execuinfo/benefit/94_Q4.pdf
- 經濟部工業局（2006b）。〈各機關公款補助團體私人情形季報表（95 年度第一季）〉。上網日期：2006 年 12 月 20 日，取自
http://www.moeaidb.gov.tw/portal/method/execuinfo/benefit/95_Q1.pdf
- 經濟部工業局（2006c）。〈各機關公款補助團體私人情形季報表（95 年度第二季）〉。上網日期：2006 年 12 月 20 日，取自
http://www.moeaidb.gov.tw/portal/method/execuinfo/benefit/95_Q2.pdf
- 蔡志忠（1993）。《蔡子說》。台北：遠流。
- 蔣安國（1999）。〈台灣衛星頻道在華人市場中的競爭〉，《傳播管理學刊》，1(1): 19-34。
- 戴皖文（2006）。〈數位自主：台灣數位內容產業製政策檢視〉，《資訊社會研究》，10: 235-264。
- 戴皖文、林彥行（2004）。〈東方數位好萊塢：台灣數位遊戲及 3D 動畫產業的新國際分工〉，「中華傳播學會研討會」。澳門。
- 數位內容產業推動辦公室（2003）。《2003 台灣數位內容產業白皮書》。台北：經

- 濟部工業局。
- 數位內容產業推動辦公室 (2002)。〈MIPCOM 人文薈萃 台灣動畫初試啼聲〉。
上網日期：2005 年 06 月 10 日，取自
<http://www.nmipo.org.tw/files/3-1/4pdf/MIPCOM.pdf>
- 蕭新煌 (1987)。《低度發展與發展：發展社會學選讀》。台北：巨流。
- 魏均 (2006)。〈合製文化：反思全球化下的國際電影合製〉，《新聞學研究》，
89: 127-164。
- 魏均、王俐容 (2004)。《以國家文化藝術基金會「視聽媒體藝術類」補助爲
例》。財團法人國家文化藝術基金會委託研究計畫。
- 瞿宛文 (2003)。《全球化下的台灣經濟》。台北：唐山。
- 蘇衡、陳雪雲 (2000)。〈全球化下青少年收看本國及外國電視節目之情況及相關
影響研究〉，《新聞學研究》，64: 103-138。
- Castells, M. (1996). *The Rise of Network Society*. Cambridge, MA: Blackwell Publishers.
- Cohn, E. (2005). *Production, Programming and Distribution*. Retrieved December 10,
2006, from <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=787387891&sid=2&Fmt=3&clientId=23862&RQT=309&VName=PQD>
- Day, W.W. (2005). Being Part of Digital Hollywood: Taiwan's Online Gaming & 3D
Animation Industry Under the New International Division of Cultural Labor.
International Journal of Comic Arts, 7(1): 449-461.
- Dos Santos, T. (1978). *Imperialismo y dependencia*. Mexico City: Ediciones Era.
- Frobel, F., Jurgen, H. & Otto, K. (1980). *The New International Division of Labor*.
Cambridge: Cambridge University.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.
- Hampton, A. (2003). *On Local Content Development and Cultural Expression*. Retrieved
December 10, 2005, from http://portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL_ID=13962&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural
change*. Oxford: Blackwell
- Herman, E. S. & McChesney, R. W. (1997). *The global media: the new missionaries of
corporate capitalism*. Washington, D.C.: Cassell.
- Hirst, P. & Thompson, G. (1996). *Globalization in question: the international economy
and the possibilities of governance*. USA: Blackwell Publishers.
- Hoskins, C., & Mirus, R. (1988). Reasons for US dominance in international trade in
television programs. *Media Culture & Society*, 10(4), 499-515.

- Lent, J. A. (1999). Who Speak for Asia: Media and Information Control in Global Economy. *Journal of Media Economics*, 12(2), 133-147.
- McChesney, R. W. (2001). Global Media, Neoliberalism, and Imperialism. *Monthly Review*, 52: 10, 1-19.
- Pool, I. De. S. (1977). The changing flow of television, *Journal of Communication*, (spring), 139-149.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: social theory and global culture*. London: Sage.
- Schiller, H. I. (1991). Not Yet the Post-Imperialist Era. *Critical Studies in Mass Communication*, 8: 13-28.
- Shiau, Hong-Chi (2002). *The Production and Consumption of Animation in Taiwan- the Interplay of Global Political and Economic Force*. Philadelphia: Temple University.
- Straubhaar, J. D. (Ed.). (2000). *Culture, language and social class in the globalization of television*. In G. Wang, J. Servaes and A. Goonasekera,
- Straubhaar, J. D. (1991). *Beyond media imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity*. *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 39-59.
- Tian, K. T., Bearden, W. O., & Hunter, G. L. (2001). Consumers' need for uniqueness: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 28(1), 50-66.
- UNESCO (2002). *Final Communiqu?- Istanbul Declaration*. Retrieved December 10, 2006, from http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=6209&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO (2005). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. Retrieved December 10, 2006,. from: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Wallerstein, I. (1990). Culture as the Ideological Battleground. Featherstone, M. (Ed.) *Global culture: nationalism, globalization, and modernity: a theory, culture & society special issue*, 31-56. London: Sage Publications.
- Wallerstein, I. (1979). *The Capitalist World-Economy*. New York: Cambridge University Press.
- Wallerstein, I. (1974). *The Modern World System*. v.1. New York: Academic Press.
- Wasko, J. (2004). Show Me the Money: Challenging Hollywood Economics. Calabrese, A., & Sparks, C. (Eds), *Toward a political economy of culture: capitalism and communication in the twenty-first century*. (pp. 131-150). Lanham: Rowman & Littlefield Publisher Inc.

Waters, M. (1995). *Globalization*. London: Routledge.

附錄

訪談對象表

類型	訪談單位	職 稱	姓 名	訪談時間
業者	宏廣	自製片製片	張菁芬小姐	02. 24. 2006
學者	景文技術學院	助理教授	陳世昌先生	02. 24. 2006
業者	宏廣	行政部協理	古禮烘先生	03. 02. / 09. 18. 2006
業者	飛普	導演	郭浚明先生	03. 02. 2006
業者	飛普	美術監督	古惟仁先生	03. 02. 2006
業者	電視豆	業務專員	楊傳豐先生	03. 03. 2006
業者	中華	製作總監	鄧橋先生	09. 07. 2006
業者	電視豆	行銷部協理	張儷齡小姐	09. 08. 2006
業者	鴻鷹*	業務經理	劉曼玲小姐	09. 08. 2006
業者	甲馬	專案經理	呂永峰先生	09. 12. 2006
業者	會宇	副總經理	邱德炎先生	09. 14. 2006
業者	春水堂	行銷部經理	王韻樺小姐	09. 20. 2006
政府	資策會*	經理	A 小姐	10. 08. 2006
政府	經濟部工業局	研究員	吳俊毅先生	12. 12. 2006
業者	稻田工作室**	製作人	黃黎明先生	12. 21. 2006

*：電話訪談。**：e-mail 訪談。

註解 [y2]: 此處有更動

The Development and Transformation of Taiwan Animation Industries Under Globalization

Yang Po-Chih^{*}

ABSTRACT

Since mid 90s, the animation industry in Taiwan has been transformed from OEM to OBM. This Research deals with the question about how the animation industry in Taiwan became the former mentioned form.

According to the research results, the most effective factor that had formed such phenomenon is the “international division of labour under globalization”. The recent animation policies in Taiwan had been supporting the development of OBM animation, However, “Digital Technologies” and “cultural proximity” had been little help to the transformation. The difficulty in accessing the distribution sector had been the restriction of the development of local animations.

Keywords: Animation Industry, Dependency, Digital Content, Globalization, World System

* Yang Po-Chih is the Ph.D. student of the Department of telecommunications, National Chung Cheng University, Taipei, Chia-Yi. E-mail: bob81_ncu@yahoo.com.tw.

