



陳昭珍

國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所教授兼所長  
數位典藏國家型科技計畫應用服務分項共同主持人  
2006年數位典藏國家型科技計畫參加紐約授權展計畫主持人

### 壹、從典藏到授權

隨著數位科技時代的來臨，「數位典藏國家型科技計畫」自2001年起開始有系統的數位典藏台灣的藝術、歷史、多元文化、人文景觀、生物、自然生態等重要國家寶藏，此大規模的數位典藏計畫，除了可將典藏文物以更便利的方式公諸於世，有利於學術研究及創意學習外，也使生活增添一份思古幽情，讓我們可以虛擬感受不同的時空環境與生活，更能激發創意，產生設計，為文化創意產業帶來無限商機。

文化創意產業是一個必須結合創作、設計、製造、行銷等不同專業的產業，徒有創作，只會停留在藝術階段；徒有製造與行銷，易流為沒有品味、匠氣十足的產品。然而藝術家擅長創作，廠商擅長製造，要將二者結合，則需靠產品設計者的妙手。數位典藏素材亦然，一幅前朝的藝術品若要應用在文化生活產品上，若沒有經過產品設計者的巧思，則難以展現當代風華，符合流行風潮，只有古人的品味，沒有現代人的

品味。

然而台灣是一個淺碟型的市場，無論民衆的消費能力有多高，可預期的產值仍然有限，邁向國際市場才是我們該努力的方向。而文化創意產業邁向國際之路，參加授權展無疑是一條捷徑。

### 貳、紐約授權展簡介

紐約國際授權博覽會(Licensing International Show)創始於1981年，每年舉辦一次，今年為第26屆，是全世界授權產業最大、最重要的盛事。消費產品的授權廠商、製造商、零售商及經銷商可從此活動獲知有那些創作及智慧財產，達成授權交易與行銷之合作關係，並預先瞭解顧客消費的趨勢，開啓未來的生意契機。該展覽可使參與者瞥見產業多樣面貌，並掌握市場未來的趨勢。

每次的參展單位約計有五百多家，共有超過5,700種以上可以授權的「財產」標的物參展，依照類別來看，可以分成以下幾種：

1. 藝術和設計(art & design)
2. 電影(movie)
3. 人物(character)
4. 製造商、公司品牌/商標(Corp. brands & trademarks)
5. 娛樂業(Entertainment properties & personalities)
6. 時尚(fashion)
7. 食物及飲料(food & beverage)
8. 家庭裝飾用品(Home décor)
9. 互動遊戲(Interactive)
10. 授權代理商(Licensing agent)
11. 音樂(Music)
12. 非營利(Non-for-profit)
13. 出版及圖書(Publishing/books)
14. 運動休閒(Sports/recreation)
15. 影音遊戲(Video game)

其間Disney、Warner、Sony Pictures世界知名授權大廠和四百多間授權商，主要提供七大類授權交易內容，涵蓋「藝術與出版授權」、「品牌和商標授權」、「卡通造型肖像」、「娛樂」、「流行服飾」、「網路和互動多媒體」、「運動」等，每年積極展出內容，吸引超過20,000多名全球企業買家、被授權商前往參觀洽詢，創造上千萬美元的授權產值。舉例而言，各類型的授權單位有：藝術授權類，如AMM、Art In Motion等；品牌商標授權類，如Coca Cola、Discovery

等；人物玩偶授權類，如Universal Studios、Disney等；娛樂授權類，如4 Kids Entertainment、Sony Pictures等。每年除了一定會看到很多赫赫有名的大廠外，還有很多個人工作室也會自己參展，包括畫家、攝影師、音樂家、創意設計者。有趣的是連紐約消防隊也來授權，他們所要授權的是他們的品牌，無畏個人生命安全的英雄形象。

亞洲參展的國家有日本、韓國及台灣，日本參加經驗最久，韓國次之，都是由政府有計畫的資助組團參展，所要授權的創作著重於電玩、電玩人物、卡通人物、網路互動及平面出版等類別。

### 參、創意台灣館(Creative Taiwan)之設計

當一股熱愛東方文明與神秘色彩浪潮正襲捲全球之際，「數位典藏國家型科技計畫」的數位素材及其衍生的創意產品，今年即藉此「東方熱」，由九家廠商，包括：頑石創意、文瀾資訊、artkey藝術授權中心、碩特國際、國立故宮博物院、藝拓國際、嘉利博、精誠資訊及電視豆等，帶著典藏單位的內容，包含中央研究院、中國文化大學、中華電子佛典協會、國史館、國立台北藝術大學、國立台灣工藝研究所、國立台灣美術館、國立臺灣師範大學圖

## Humanities and Social Sciences Newsletter Quarterly

書館、國立歷史博物館、楊英風美術館、鳳甲美術館等及自己開發設計的產品，前往紐約參加6月20~22日三天的紐約授權展，並以創意台灣(Creative Taiwan)為參展團及展場名稱。

創意台灣館以國內正推動的「台灣青」色系打造今年的整體形象，「台灣青」取自台灣大自然山與海顏色交融意象，展現創意台灣的生命力！本年度的logo則為八卦龍紋圖案，其中卦象取自帶有變易、創造意涵的天盤，龍紋則源自故宮館藏的龍形玉佩之線條，此神秘圖騰使得我們的展場及所有的文宣品更具東方意象。此外易經中所述的「太極生兩儀，兩儀生四象，四象生八卦」，恰與此次藉由參展，所授權衍生循環商機之意涵不謀而合；至於八卦圍繞龍紋的圖騰，則代表深具潛力的八間廠商，將與以故宮為首的台灣典藏單位優質作品，合作前進紐約。

### 肆、參展成果

[Creative Taiwan]台灣館的九家廠商所展出的內容包羅萬象，涵括科技產品、藝術飾品、時尚配件、居家用品、趣味公仔、教學素材、動畫肖像、品牌授權等，在參展的三天當中吸引了來自美國、英國、西班牙、以色列、韓國等世界各地的買家洽詢，產業別包含

家具、服飾、文具、月曆、時鐘、海報等，甚至還有國際大型設計公司、歐美知名代理商、北美著名高檔百貨公司等，類型非常多元。[Creative Taiwan]台灣館參展三天的成果，授權零售消費商品預估營業額總計約在新台幣3.9億元以上，且各參展廠商亦有許多需待回國進行後續確認之訂單尚未計入；同時亦積極促成了國內外媒體及買家對於台灣數位典藏創意產業之衍生商機的瞭解，成果相當豐碩。

為了吸引買家，凝聚人氣，6月21日下午2時，我們也舉辦了台灣館記者會，由文建會所協助邀請的小西園掌中劇團以精采熱鬧的台灣傳統布袋戲表演開場，立即吸引現場參觀人潮，成功炒熱展場氣氛。外交部駐美國台北經濟文化代表處夏立言處長、國科會駐外科學組陳耀南組長、外貿協會李再仁主任等均親臨致詞，同時搭配9個參展單位分為東方藝術風、個性生活風、學習科技風三大主題的品牌走秀，吸引了眾多中外媒體的注意，包含License Magazine以及中央社、世界日報、星島日報、東森電視等媒體皆蒞臨採訪。

本屆授權展除了主辦單位國科會及數位典藏國家型科技計畫外，我們也邀請外貿協會、文建會等單位共同參與，由數位典藏國家型科技計畫應用服務分

項計畫承辦本參展案，財團法人資訊工業策進會、藝奇藝術授權文化(股)公司協同承辦，並獲得外交部駐美國台北經濟文化代表處、國科會駐外科學組、文建會駐紐約台北文化中心、新聞局等駐外單位共襄盛舉。參展廠商總計代理中央研究院、中國文化大學、中華電子佛典協會、國史館、國立台北藝術大學、

國立台灣工藝研究所、國立台灣美術館、國立臺灣師範大學圖書館、國立故宮博物院、國立歷史博物館、楊英風美術館與鳳甲美術館共12個數位典藏機構之典藏內容，包括實體商品40件、圖像授權692件、影像授權12件，前往紐約展出，成果斐然，成功地在全世界授權產業打開了一塊新版圖！

### 伍、活動剪影



2006紐約國際授權展的現場記者會中，在祈福儀式抽到上上籤時，長官合影祝福一景。右一起數位典藏國家型科技計畫加值應用分項計畫共同主持人陳昭珍教授、外貿協會李再仁主任、駐美投資貿易服務處朱為正主任、台灣駐紐約外交部夏立言處長、季韻聲副處長及國科會陳耀南組長，左一起為數位典藏國家型科技計畫加值應用分項計畫共同主持人陳文華教授、陳雪華教授、項潔教授。

## Humanities and Social Sciences Newsletter Quarterly

記者會開場以懷舊的台灣布袋戲表演開場，立即吸引現場參觀人潮，欣賞此一東方特色戲劇表演，讓 [Creative Taiwan] 台灣館品牌走秀記者會成為全場最矚目的焦點。圖為布袋戲表演一景，國際友人均紛駐足觀看。



圖為現場展位一景，諸多國際買家駐足停留，欣賞瀏覽來自寶島台灣的精緻文化及優質產品。

