2011台北世界設計大展數位區主題月活動紀實

經濟部工業局電子資訊組

壹、計畫與活動緣起

為加強落實政府發展數位內容產業的政策，經濟部研擬「數位內容產業發展行動計畫」，並經行政院於 99 年 7 月核定。同時，為促進服務業科技化與國際化，進而帶動服務業投資及出口動能，總統府財經諮詢小組於同年 10 月選定「數位內容產業」為十大重點服務業。今年適逢建國一百年，為回顧政府推動數位內容產業具體成果，並持續推動數位內容產業發展行動計畫，經濟部工業局配合行政院經濟建設委員會，規劃舉辦十大重點服務業「一月一主題」活動以慶祝建國百年，於今（100）年 10 月 22 日至 30 日選定「數位內容產業」為主題舉辦「2011 台北世界設計大展——數位區」展覽，期透過舉辦一系列活動推廣數位內容產業發展，經由民眾與業者共同參與，達到協助數位內容業者進軍國際市場與產業發展之推動，建立數位內容產業之國際競爭力，提升專業技術能力進而與國際大廠合作。本文將介紹活動內容，其摘要如下：

貳、主題月活動速記

政府配合國際設計聯盟（IDA）在台北市舉辦全球第一次跨領域世界設計大會之契機，特指定建國 100 年為台灣設計年。配合「2011 台北世界設計大展」的「交鋒」精神，經濟部工業局在「數位區」展場設計，除納入「善念」為設計核心，以「太極」為主體，運用五行相互融合與循環不息概念展出「生命之

源」、「在地傳承」、「淬鍊感動」及「原創之光」4 區精采內容；整體展區以跨業的情境式設計，塑造出數位內容「一源多用」（One Source Multi-Use）的競技舞台，並以太極「陰與陽」及「動與靜」之理念，透過體感科技與虛擬實境，帶領參觀者進入一個富有真善美多媒體的動感設計情境，除透視數位匯流對現代生活娛樂的影響與魅力，更進一步展現台灣數位內容產業技術與設計之能量。展覽與活動內容摘要如下：

一、「2011 台北世界設計大展——數位區」展開活動

（一）活動資訊

1. 時間：100 年 10 月 22 日～ 30 日
2. 地點：南港展覽館數位區（台北市經貿路二路 1 號）
3. 主辦單位：經濟部工業局
4. 承辦單位：經濟部數位內容產業推動辦公室、財團法人資訊工業策進會

（二）活動內容

此次辦理 2011 台北世界設計大展——數位區展示活動，在數位科技的演繹下，帶給參觀者愉悅的享受與多感體驗，同時展現國人引以為傲之數位產業軟實力。同時特別邀請具代表性之業者共襄盛舉，現場參展廠商包括：《躍獅 4D 劇院》、由夢田文創製作的《醉後決定愛上你動畫卡通》、席捲全球超過 164 個區域的遊戲橘子原創動畫《水火：108》、霹靂籌畫的 3D 偶動畫電影《西遊神書》、名舞蹈家劉真所拍攝，世界首創的《3D 擬真動畫舞蹈教學影片》、萬通影視 3D 動畫長片《桃蛙源記——首部曲—— HEYMON 黑蒙》，以及哈瑪星科技《動手動腳玩電子書》、數位匯流內容示範開發成果的《福爾摩沙指環紀錄片》等國際知名業者，這些展出將為整個設計大展突顯融合了文化與數位的動感與感動，不僅凸顯台灣數位內容產業獨特之創意能力，更展示台灣數位內容產業跨領域及創新應用之能力。各家媒體報導精采活動總計 20 篇以上新聞，透過活動宣傳及精采展出內容，帶動 1,018 人上網搜尋活動內容、42,800 人至數位區參觀針對參觀民眾及業者詢問相關技術及產品。

（三）每日活動紀要

1. 10 月 22 日

（1）活動主題：

－開幕剪綵

－簽約記者會

－桃蛙源記——「黑蒙 Heymon 首映記者會」

－ 2011 即時體感動畫體驗

（2）活動摘要：

2011 台北世界設計大展於 22 日盛大開幕，上午為數位區的開幕儀式，邀請產官學界前來剪綵祝賀。緊接著為數位內容產業發展補助計畫的簽約典禮，並進行成果發表，成果發表由萬通影視放映以青蛙生態為主題的 3D 動畫長片《桃蛙源記——首部曲—— HEYMON 黑蒙》，使民眾瞭解目前數位發展的情形，以及數位如何與生活結合，並且更加重視生態保護的議題。下午為甲尚科技即時體感動畫體驗的活動，透過現場即時互動體驗，使現場爆滿的觀衆可以搶先感受未來動畫技術的新魅力！

2011台北世界設計大展——數位區開展剪綵，邀請產官學界前來剪綵祝賀。

2. 10 月 23 日

（1）活動主題：

－姆姆抱抱——數位呈現

－異度空間夢幻秀暨 3D 數位學習發表會

（2）活動摘要：

由首映創意公司主辦的姆姆抱抱活動，應用數位科技投影，結合真人說故事的親子活動，小朋友透過故事的內容，與故事動畫互動，並透過與姆姆（MUMU）人偶的互動，拉近幼兒與數位的距離，讓數位區不僅只有數位科技，也充滿了溫馨的氣息。

下午的異度空間夢幻秀暨 3D 數位學習發表會，國際標準舞劉真老師利用投影的虛擬劉真，與她本人的舞蹈表演做結合，創造出 3D 的劉真夢幻秀，進而引申出 3D 擬真的舞蹈教學，與學習者的 3D 互動，達成的 360 度數位學習。

由首映創意公司主辦的「姆姆抱抱」活動，應用數位科技投影，結合真人說故事的親子活動，與MUMU人偶的互動，吸引家長與小朋友參加。

3. 10 月 24 日

（1）活動主題：

－數位漢字與數位藝術互動

－動漫聯盟——漫畫家駐點與民眾互動（一）

（2）活動摘要：

數位漢字與數位藝術互動，由崑山科技大學創意媒體學院院長黃雅玲，介紹漢字的精妙之處；除了漢字字體的形狀，可表現出漢字本身的字義，一段文字也可以透過排列組合，表達出不同的意義。而蒙恬公司將數位漢字與數位藝術作互動，開發出「漢字三太子」的體感遊戲，透過輕鬆的遊戲互動，使得學習漢字更加有趣及活潑，也為數位區帶來了大批的人潮。

下午則由動漫聯盟舉辦的漫畫家駐點與民眾互動，畫家利用手上的畫筆，將參與的民眾描繪成 Q 版的漫畫人物，而參觀數位區除了瞭解台灣的動漫發展，民眾也拿到屬於個人的畫作。

民眾踴躍參與數位藝術之「電音三太子」互動遊戲。

4. 10 月 26 日

（1）活動主題：

－史都幫——地球探索之旅

－ TiC Early Design 成果展暨頒獎典禮

（2）活動摘要：

現今數位漫畫盛行，而數位漫畫也是我們生活中不可或缺的元素，阿奇八八公司透過介紹史都幫原創故事，引發讀者的共鳴並同時反映出不同層面的文化與情感，讓民眾瞭解台灣的原創故事，也瞭解台灣目前數位內容產業的發展。

下午的成果展，讓參與競賽人員相互觀摩，學習成長，也再度省思自己團隊執行過程中的合作歷程。而藉由世界設計大展，舉行頒獎典禮，是給予參與競賽人員肯定，也是宣傳台灣設計的最好方式。

TiC Early Design成果展暨頒獎典禮。

5. 10 月 27 日

（1）活動主題：

－動漫聯盟——漫畫家駐點與民衆互動（二）

－異度空間夢幻秀暨 3D 數位學習發表會

（2）活動摘要：

第二場的漫畫家駐點活動，老師們坐在一起，為民衆畫畫。參與的民衆從老到少都有；爸媽帶著自己的小孩，為小朋友留下生活的紀念，情侶們也留下愛的見證。此外，第二場異度空間夢幻秀暨 3D 數位學習發表會，3D 擬真的舞蹈教學與學習者互動，達成數位學習的目的。

漫畫家駐點與民衆互動，是當天活動的焦點。

6. 10 月 28 日

（1）活動主題：

－大嬸婆電子書解讀

－數位匯流內容示範開發成果分享會

（2）活動摘要：

和利得媒體的大嬸婆電子書解讀活動，是希望能夠讓小學生認識數位電子書、實際學習影像的基礎製作，並在製作的過程中得到趣味，進而能夠在生活中運用數位，提升對於數位的興趣，達到數位學習的成效。

下午的數位匯流內容示範開發成果分享會，活動內容為展示數位影音匯流成果之影片，使參與者欣賞之餘，也能思考如何運用數位匯流的新媒體，創作出符合各媒體的內容，豐富數位產業的面向。

數位匯流內容示範成果分享會，創作出符合各媒體的內容，豐富數位產業的面向。

二、結語

「2011 台北世界設計大展」於南港展覽館的數位（E）區中，展現經濟部工業局輔導我國數位內容產業 10 年之傲人成果，工業局亦邀約國內外數位內容產業大師，藉由「論壇」及「Digital Taipei」之籌辦，共同探討與分享經驗，並提供國際媒合平台共同創造商機，期推動我國數位內容產業在 102 年達到產值新台幣 7,800 億元之目標。

經濟部推動數位內容產業十年以來成果卓著，99 年數位內容產業整體產值達約新台幣 5,225 億元，較 98 年成長約 14%，主要產業（含遊戲、動畫、影音、學習及數位出版等）達到新台幣 1,675 億元，平均成長達 34%。

經濟部工業局近年更積極推動數位內容產業發展補助計畫，在已核定通過的 81 件計畫中，成功促成如新天地餐廳、白木屋食品等業者，將典藏素材或創意內容結合數位科技，開發數位內容產品與整合應用服務，此外，並成功推動西基、大宇、綺泰等廠商成立「共同製作專案」進行跨業合作，共創 ACG 及 AGT 等合作模式，樂陞科技更在經濟部工業局大力支持下，與 Activision Blizzard 合作，成功推出跨 4 大平台動作遊戲《史瑞克快樂 4 神仙》，締造亞洲遊戲開發新紀錄。在國際市場上表現，國內已有多項跨國合作之產品登上國際舞台，如遊戲橘子動畫《HERO 108》，在全球超過 60 個國家 Cartoon Network 頻道播映；頑石創意 3D 動畫《卡滋幫》前進全美 17 州播映，創下國內原創動畫的新里程碑；躍獅影像在上海世博的台灣館，打造世界首創的 720 度全天域球幕電影院，獲日本媒體評選為第一名展館，在國際舞台上嶄露頭角。

在加速推動國際合作上，工業局更協助廠商，透過各項論壇交流與招商媒合活動，帶動潛在商機逾百億元，促成 77 件國際合作案。此外，在推動數位出版產業標準與國際接軌方面，亦有大幅進展，未來將持續擴大數位內容產業發展動能，整合數位內容各項元素，達成「讓世界看到台灣，讓台灣感動世界，營造台灣創意新品牌」的願景。