

數位典藏商業增值應用問題面面觀

文 陳雪華

近年來兩兆雙星產業之一的數位內容產業深受矚目，數位內容說來有趣，每個人看法也有所不同，以數位典藏國家型科技計畫而言，現階段仍處於數位素材增值轉換到數位內容產品的階段，但 2005 年起數位典藏計畫即將邁入第四個年頭，當數位素材累積達一定水平時，我們應該思考的是，如何透過數位增值，端出一道道具賣相、令人賞心悅目的佳餚。

數位內容產業在官方定義中，大致分為數位遊戲、電腦動畫、數位學習、數位影音應用、行動應用服務、網路服務、內容軟體及數位出版與數位典藏八大類；而數位典藏產出最多的則是內容素材，以迪士尼的動畫為例，電影大賣固然賺錢，但衍生商品，往往賺得更多、商機無限。談到商業價值，就不能不正視數位內容及數位典藏的智慧財產權管理機制，因為若要推動增值應用，或是將數位內容製成商品販售，法律的保護跟權利義務在商業行為上極為重要；而在未來經濟發展上，台灣希望數位內容的高發展潛力能帶給動週邊產業成長，這也是整個數位內容產業發展的願景。

數位典藏與數位內容的關聯

雖然數位典藏在整個數位內容產業範疇中只佔一部份，但發展數位內容必須先準備素材庫，而數位典藏正是那個角色吃重的素材庫；因此，當我們把典藏素材數位化後，增值應用就是非常重要的一環，舉例來說，台灣在數位典藏計畫之前的數位博物館計畫，就是個增值應用的例子，數位博物館建置所使用的內容，含蓋了人文、歷史、語言、自然、醫學等不同領域，大家可以盡情享用。

講到台灣地區的數位典藏，目前有兩個主要計畫正在進行，一個是隸屬於國科會的國家型計畫，典藏國家具代表性的重要文物；另一個則是由文建會執行，用以典藏台灣地方文化的計畫，兩者之間並不重複。由國科會指導的數位典藏國家型計畫，計有故宮博物院、臺大、自然科學博物館、中研院、國家圖書館、國史館、歷史博物館、臺灣文獻館八個主要典藏機構參與，所典藏的文獻及文物都屬於國家級重要藏品；但就整個國家文化的完整性而言，除了收藏這些國家級典藏品是不足的，更有許多珍貴的資料散落在民間，所以文建會的計畫就是透過各地文化中心或文史工作室及隸屬的相關機構來收集具地方特色、本土文化的相關的素材，大家閨秀加上小家碧玉，兩者相輔相成，等於把臺灣文化素材完整呈現，這些都可以直接作為文化藝術創作的素材來源，提供給數位內容產業使用。增值應用固然是數位典藏的重要目標，但典藏所扮演的另一個更重要角色就是文化資產的保存，我們必須要完備這兩種重要的特質。因為數位典藏花費國家非常多的經費來做典藏品數位化工作，所以我們有義務回饋國家，進而產生些經濟效益。

所以分析整個數位典藏增值應用鏈，我們首先要將資料數位化，然後將增值應用成產品，經過經銷通路到達消費者手上，透過增值應用，我們能夠產生創造更高的效益跟價值，這非常需要典藏單位跟業界有密切的合作。

數位典藏增值應用之路無限寬廣

數位典藏傳統的增值方式，多半是圖庫、複製畫或民生相關的增值應用，如鐘錶、衣服、文具等，典藏品的影像也可以應用在卡片製作或室內設計用的壁紙，此外業界將之應用在紡織工業。就有不少民間公司與故宮長期合作，將故宮藏品多元化應用，也將典藏做了很多文化詮釋、講了很多故事，而藏品經過增值，價值就大幅增加了。再舉例而言，在國立歷史博物館曾舉辦的馬諦斯展上，也賣出很多增值產品，廠商把馬諦斯畫的元素增值後，做出絲巾、手飾等產品，這些飾品穿戴起來就是與眾不同，所以即使價格貴一倍也有人願意購買。

談到數位內容增值應用，還有幾個很重要的議題要探討。數位典藏的內容不僅要數位化、還要內容資產化，並且受到足夠的保護，這部份有幾個重點必須探討：要有清楚的內容智財權資訊、有完善的鑑價制度、相關的認證制度、周全的授權契約、適當的內容管理機制以及合理的使用條例。內容資產化之後，接下來要有一個流通機制，也就是必須建立數位內容的流通交易平臺，提供交易雙方完整資訊，包括內容、授權金額、使用途徑、使用費用等；這平臺另外要提供素材展示、查詢與檢索的功能，也要有一個像聯合目錄的機制，讓人可以做檢索。接下來則要有一個數位素材使用的追蹤機制，做為數位內容的保護以及小額付費機制，去界定怎樣小額付費，還有這些版權收入如何結清與分配。由於不同的單位、著作人以及典藏單位因不同的權利義務，所以會分配到不同的版權收入，因此需要提供交易平臺，以計算和分配這些版權收入(如圖 2)。有了流通機制，很多業界才知道如何去取得他們要增值的東西，做進一步的增值及使用。在增值的過程中，其實非常需要民間資金投入，業界必須自我評估那些部分是有經濟價值的，進而投資發展，更重要的是，臺灣市場很小，我們要思考如何拓展國際市場最為重要。

數位典藏增值應用所牽涉的議題非常廣泛，從下圖可以看出，數位典藏的應用服務分項計畫在整個國家型計畫中扮演著增值應用的推手，策略分年規畫為下列方向。今年，計畫已邁入規劃整個增值交易平臺，平臺建立後，將來就會繼續探索交易跟行銷。

數位典藏創意增值研究

數位典藏應用服務分項計畫在過去兩年內，對數位內容業界作了一系列調查，研究的流程由多個面向同時進行。在業界的部分，透過增值座談會、參訪業界、以及向業界蒐集相關的增值資料，把增值需求跟問題加以分析；在典藏機構

的部份，則是透過訪談典藏機構、匯集專家意見、蒐集相關的資料，然後加以分析。總結雙方問題後我們提出以下數位典藏增值推展之具體方案和建議做為初步結論。

一、業界增值需求

業界認為，數位典藏國家型計畫的動機與目的應再檢討，不要把業界放在下游的接收地位。因為在整個數位化工程從上而下的整個過程中，可能會忽略業界對數位素材的實際需求，造成資源浪費且無法刺激增值商品產出。

此外，業界普遍認為在數位內容增值過程中，最困難且最需要解決的是智財權的議題，包括：數位典藏著作權的清算、產品著作權歸屬問題及透過契約規範業界與典藏單位間權利義務問題。由於我國目前關於數位智財權並沒有完整的法律規範，因此業界擔心，就算透過契約規範彼此間的權利跟義務，但是典藏單位有時候還是會運用公權力讓他們違約。在個人的想法中，兩者應該清楚分工，典藏單位應該擔任準備原始數位素材的角色，而增值應用的工作就盡量讓廠商來發揮，如此才能把數位內容產業扶植起來。若典藏單位在增值部分也要參一腳、分杯羹，將會讓廠商無利可圖，甚至讓數位內容產業無法存活。

對於業界而言，數位典藏素材的尋訪也是問題之一。然而更痛苦的是，廠商根本不知道該付多少代價才可以得到數位素材的授權，業界願意付權利金，但是典藏單位卻不知如何定價，甚至進行計價工作。業界希望能夠提高數位典藏交易的便利性、減少交易限制，廠商希望能夠成立數位素材管理與交易中心，以良好的市集機制，做好集中管理；當然，對於數位內容增值所牽涉的相關商業跟法律問題，業界也希望政府能夠加緊腳步，進行相關的修法與立法程序，並且給數位內容業界多些實質的獎勵與補助。

二、典藏單位增值需求

目前國圖、科博館、國史館、中研院等單位都已進行增值規畫，而在數位內容成品產出的部分，故宮則有最豐富且成熟的經驗。對典藏單位來講，進行數位化增值主要的目的，就是希望有些利潤的回收，以便能永續進行更進一步的數位化工作。

其實，典藏單位與業界對數位典藏法律歸屬與判定基礎不清楚有相同的共識。某些典藏單位雖然對典藏品擁有物權，但若要增值或重製，也得徵得著作財產權人的同意。其次，對典藏單位來說，最大的問題是根本不知道業界需要什麼，這種隔閡必須要靠雙方密集接觸溝通，以及具備透明的目錄及檢索平臺後，才有較佳的解決辦法。

此外，典藏單位對於數位典藏管理和實施機制也有疑慮，因為在數位典藏計畫中並沒有明確的條例或規範可遵循，而後端的管理、收費、防弊機制也不健全，更沒有專職機構負責，所以典藏單位擔心典藏品釋出就被盜用，會造成無法收拾的局面，因此典藏單位對於提供數位藏品態度始終保守，再加上公務機關採購法的侷限，典藏單位也有許多困難有待解決。

三、加值需求建議

雖然大家普遍認可數位化加值是一條值得走的路，但不只台灣，歐美、日本也都一樣，數位智財權已是一個普遍的、全世界都待解決的問題。因此我們建議，政府必須正視修訂藏品使用的條例，以釐清數位典藏法律歸屬的定位，確立數位典藏鼓勵利用的精神。另外，典藏單位整理數位素材時，需要一併製作解析度較低的檔案，並且加入詮釋資料 (metadata) 以建立聯合目錄，有了聯合目錄後，業界才可從中選出較具加值效益的數位素材，然後由數位典藏國家型計畫，組成法律跟鑑價小組，擬定契約版本跟素材計價方式，有關這個契約版本，國家型計畫已請專人研究，相信很快就有初步的成果產出。

一個偉大的文化，要為後代留下豐碩的文化資產，並且利用科技，使文化資產永久保存傳承。我們希望透過網際網路，把優質的文化傳播到全世界，也希望數位內容業者能夠共同參與，透過民間、政府跟學界力量，共同解決數位知識商品交易的困難，創造優質的數位內容素材，讓數位內容產業成為台灣產業發展的火車頭。