



臺灣原創漫畫的推手 CCC 數位平台

文／張靜安 圖／CCC 數位平台

《神之鄉》©左萱 / 蓋亞文化。

「民國 110 年上檔的漫畫影音跨域作品【神之鄉】！以青春志氣串連廟宇文化和愛的故事！」

民國 110 年暑假令人耳目一新的臺劇【神之鄉】，上映後引起網路媒體各大平台最高討論度，開播後話題不斷，在有線電視拿下同時段收視率第一，不僅在無線與串流媒體都收視率開出好成績，以親切的臺式家鄉味劇情更是接地氣。

戲劇場景中所有臺灣人耳濡目染再熟悉不過的廟宇文化、桃園大溪的美麗景點、串連愛與回鄉的故事，讓臺劇再度衝出亮麗成績的同時，展現臺灣獨有的宮廟技藝傳承，深入臺灣最戲劇的人文感情，一段

尋求親情和解的回鄉之路，也掀起一波桃園大溪的國民旅遊熱潮。

改編自左萱同名漫畫《神之鄉》，故事中的主角們想要在彼此身上獲得幸福與承諾，然而過去的遺憾讓最大的阻礙也來自彼此，一切似乎遠在天邊，不過在替神明籌備生日慶典的今年夏天，他們的相伴與守護，讓彼此願望不再遙不可及。這個夏天，在暑假結束之前，請和我們一起來趟難忘的返鄉之旅，實現曾在神明面前許下遺忘多年的 624 約定。

故事中的神之鄉大溪，孕育了一群熱愛鄉土與認真生活的人們，他們所供奉的關聖帝君不僅是信仰，經年累月更成為有



民國 111 年底，CCC 數位平台在臺北國際書展宣傳，讓更多民眾走入臺灣漫畫的世界。（圖片提供 / 文化內容策進院）

厚度的心靈價值。而百年宮廟裡的將軍、太子、神龍和聖獅，就像神聖的戰士，守衛鄉土、安定人心。發展出一個在家人、摯友與伴侶間，關於回家、約定與愛的故事。

“ 624，是約定，是承擔，也是臺灣信仰的密碼 ”

故事中的 624，是什麼呢？624 像是一串密碼，貫穿故事裡兩代人關係冰封後再度破冰的關鍵，正所謂解鈴人為繫鈴人的道理。

追劇【神之鄉】或原創漫畫的人就知道，劇情環繞著為了聖帝爺的聖誕帶出了陣頭演出和家人間情感的內容，全劇還有另一主角「關聖帝君」，故事的主軸就是圍繞在關聖帝君誕辰慶典，這 624 說得就是關聖帝君（恩主公）的聖誕。

每年農曆 6 月 24 日關聖帝君聖誕會有當地三十幾個社頭會在當天為關聖帝君公祝壽，以大溪普濟堂主持的慶典與遶境最為熱鬧，俗稱「大溪大拜拜《六月廿四》」民國 100 年桃園縣政府公告「大溪普濟堂關聖帝君聖誕慶典暨遶境儀式」為文化資產，列入民俗及有關文物資產保護。

始於大正 15 年（西元 1916 年）發柬各界鄉紳，磋商轄下十九保聯莊恭迎聖誕，該年值年爐主為簡阿牛，主要在大溪老城區內繞境，有上百尊大仙尪以及為數眾多

的雙龍、童子，更因擁有上百尊的大仙尪又有大溪神將窟的美名。

大溪大拜拜也被稱為大溪人的第二個過年，更為北臺灣最大的關公遶境活動，每年 6 月 23 日為暗訪、24 正日繞大溪全境，各社頭北管、童子、大仙尪、舞龍舞獅齊聚，由於近年來社團與陣頭持續增加，以致繞境時間長，有多個社頭改在 6 月 23 日提前繞境，長達兩天的繞境盛會使得大溪彷彿成為一座不夜城。

“ 催生【神之鄉】的線上漫畫創作平台《CCC 創作集》 ”

《Creative Comic Collection 創作集》，簡稱《CCC 創作集》是以臺灣歷史、文化、自然與當地潮流為題材，並集結多臺灣創作者們進行創作與商轉串流的漫畫作品的漫畫平台。

早期曾發行實體刊物，而今已轉型成數位版的線上平台。當中不僅囊括富含在地文化且優秀的漫畫作品，還有各式各樣素材類型，供漫迷們選擇。

該平台本身除了支援 PC、手機、平板等載具的瀏覽管道，觀看時還能使用條漫式的直向、左右瀏覽，亦或是同步雙頁閱讀，讓人可沉浸傳統紙本翻頁式的閱覽樂趣。整體來說，是乾淨舒服的使用界面，或是令人一目瞭然，馬上就能上手的篩選列表，作為一個集結了眾多臺灣在地本土

優秀漫畫的數位平台，《CCC 創作集》的用心在細節中處處可見。

它起源於一個國家型科技計劃，為中研院數位典藏計劃執行的成果之一。該計劃包含中研院、科博館、史博館、故宮博物院、臺灣大學等單位，由中央研究院執行之行政院國家科學委員會「數位典藏與數位學習國家型科技計畫 - 數位核心平台計畫」製作。由中研院的數位文化中心擔任編輯團隊與臺灣創作者合作，嘗試將嚴肅的文物史料轉譯為有趣的漫畫內容，一開始作 免費刊物在同人場發送，第五期後即進行商業發行，由蓋亞文化出版。直至民國 104 年，《CCC 創作集》發行第二十期後，因數位典藏與數位學習國家型科技計畫及後續「臺灣數位成果永續維運計畫」陸續執行完畢，宣布停刊。

直到民國 106 年文化部挹注新台幣千萬元，委託中央研究院數位文化中心執行，預計月刊發行 24 期，並於同年 12 月 27 日發行復刊號。

“ 《CCC 創作集》打造台漫 IP 商業化舞臺 ”

民國 108 年《CCC 創作集》團隊轉移至文化內容策進院。此時《CCC 創作集》的目的，也從中研院時期的轉譯史料、知識普及逐漸轉往商業運轉及大眾市場的方向前進。

民國 109 年 8 月起全面數位化、線上免費看漫畫。近期大熱門的作品，包含穀子的【無能戀愛咨商中心】、ARES 的【被我推坑的偶像同學】、常勝的【閻鐵花】等等，每一檔期《CCC 創作集》都致力挖掘臺灣的新人漫畫家，有來自視覺傳達等相關科系的學生，邀請創作從業畫家，或篩選主題透過漫畫徵選活動尋找新人加入內容創作的行列。CCC 的編輯群除了與作者討論故事發展、分鏡與校對外，還會主



CCC 數位平台以原生漫畫平台網站為最大特色（圖片提供 / 文化內容策進院）。

動協助尋找專業參考資料或安排相關領域的專家與漫畫作者對談，進行嚴謹的文化探究，也讓創作者打開了史料考據的能力發展。

在中研院時期的《CCC 創作集》以命題型邀稿為主，由編輯群內部篩選後，邀請漫畫創作者參加提案明會並進行內容創作邀約，發表於期刊上，此時期的版權以作者所有，平台的目的以培育新創作者目的。

而在文策院時期的《CCC 創作集》則開放品牌發行商投入，開放命題，包含熱血戰鬥、戀愛、懸疑推理、美食、歷史、LGBT 等非常多元且自由的素材類型。代表作品如【阿里山林鐵奇事】、【台灣特

有種】、【DayOff】、【閩鐵花】等創作，都獲得許多讀者喜愛及支持。以輔導創作者產生經濟效益為主，版權經營除了作者本身外，還包含了專屬授權經營 IP「智慧財產權 intellectual property」的方式，協助創作者經營跨領域發展契機。

截至民國 111 年，《CCC 創作集》累計會員超過 8 萬，年度瀏覽量超過 1,000 萬頁次，除 CCC 孵育作品外，尚有眾多品牌參與。

文化是門好生意！席捲全球的韓流告訴了我們什麼

近年因 OTT 平台興起，IP 的巨大產值掀起全球找故事的熱潮，至今仍未停歇。

日本內容產業在影視投資與 IP 效益極大化的過程中，以「製作委員會」的模式分散投資風險，近年也得利國際 OTT 平台商的投資。

西元 2022 年 8 月中國大陸據灼識諮詢發布的《中國二次元內容行業白皮書》顯示，西元 2021 年，中國泛二次元使用者規模高達 4.6 億人，預計未來五年內二次元內容產業規模將突破千億元人民幣，其中動漫產業占比將超過 44%，其圖文產業的發展可謂一日千里。

而近年國際文化行銷成績斐然的韓國，則是有高資本的科技公司在背後運籌帷幄，如 Naver 旗下的 Line Webtoon。為幫助漫畫影視化，韓國文化內容振興院、漫畫影像振興院等相關單位今年更投入約新台幣 2 億 7 千萬元，積極與各影視單位合作。韓國在網漫產業耕耘已行之有年，且已有眾多平台上的爆紅作品被改編、翻拍成影視劇，如：【奶酪陷阱】、【女神降臨】、【SWEET HOME】、【與神同行—神的審判】等膾炙人口的作品成功問世，或以單行本、發展周邊商品的形式被推廣至更多層面，創造另一股文創產業的商機，吸引更多人投入網路漫畫創作的行列。

韓國文化產業振興院 KOCCA 是將韓漫推向全球化的重要幕後推手，以國家的力量配合政策，支持韓國漫畫等文化產業的推行與發展，現在 WEBTOON 平台上有許多的



《Day Off》© 每日青菜 / 留守番工作室。



《台灣特有種》© 茜 Cian/CCC 創作集。



《阿里山林鐵奇事》© 簡嘉誠 / 蓋亞文化。





《閩鐵花》◎常勝 / 大辣。



CCC 創作集。

韓國原創作品，都有受到韓國文化產業振興院贊助製作的運營軌跡。

“每年僅占 1% 的本土漫畫出版比的臺灣原創漫畫”

臺灣每年漫畫出版品營業額約新臺幣 20 億元，但本土漫畫作品只占 1%，約 2000 萬元。日本每年漫畫產值約 60 億元，但這不包括授權發行及周邊商品的的營收；韓國在官方全力扶植之下，全年漫畫產值高達 8 億美元，超過 200 億臺幣。臺灣相比之下更是遠遠落後了。

臺灣過去也曾經創造過榮景，七八十年代的四大天王：蔡志忠【諸子百家】系列，把硬梆梆的經典變成有趣的讀本，令日、韓及大陸驚豔；朱德庸的【醋溜族】、【澀女郎】，以幽默犀利的筆觸描繪都會男女百態，不只在臺灣暢銷，更在東南亞造成旋風；敖幼祥的【烏龍院】開啓搞笑武俠漫畫先河，之後改拍成動畫及電影，同樣造成轟動；鄭問【東周英雄傳】以水墨漫畫進軍東洋，造成震撼，日本漫畫家協會還頒發特別獎給他，感謝他為產業帶來啓發。臺灣漫畫家的努力有目共睹，黃金十年，陪伴許多漫迷度過青澀歲月，而今臺灣漫畫產業的發展相較於韓國、日本等漫畫產業大國的確仍有很多成長空間。

“漫畫是 IP 的起點，將美好的文化底蘊藏在故事裡”

擔任《CCC 創作集》主編的 淳雅，自民國 91 年中研院數位典藏計劃開始，一路參與《CCC 創作集》的跌宕起落，並歷經民國 108 年在文策院接手經營《CCC 創作集》初期，因青黃不接的時期導致的編輯集體離職事件，始滲入編輯工作，後續並接任主編一職。她認「漫畫是 IP 的起點」，故事的溫度讓閱聽者產生不同角度的共鳴，這些藏在故事裡的文化細節，才能層層浸潤、並觸動人心。

她分享例如《採集人的野帳》這部作品，結合植物與歷史，不只讓漫畫讀者擴增知識，也讓不少植物或歷史領域、未曾接觸過漫畫的讀者產生興趣，主動閱讀。編輯群還透過植物園、農委會林試所等專家核實故事中的專業內容、也佈展導覽影片、開展時座談會的紀錄和單行本報導。

另外去 (111) 年臺北植物園腊葉館更新常設展，依然有融入漫畫內容作為導覽介紹。漫畫第三季連載時，植物園也有轉貼文分享。博客來年度百大暢銷榜，「採集人的野帳」在漫畫圖文類排名 72，在以國外漫畫代理為主的市場銷售中算是很不錯的成績。

溫淳雅幽默比喻一起奮鬥的編輯群，



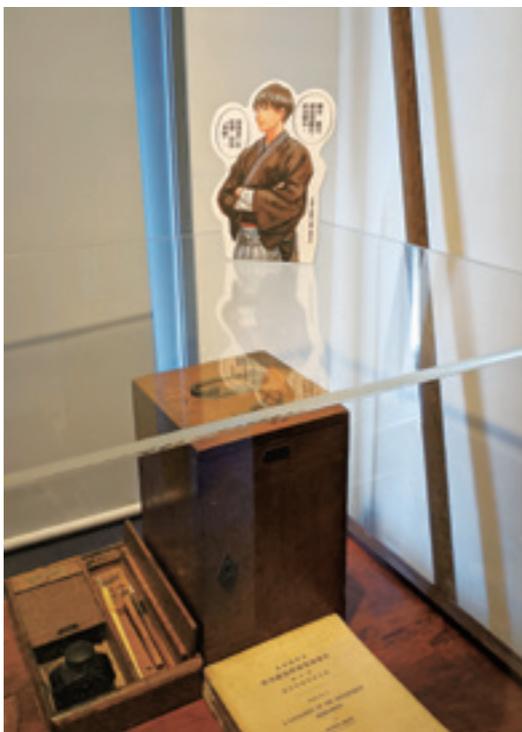
CCC 創作集與知名咖啡店聯名推出限量外帶杯。

是一群優秀的雜學者，八人團隊組成有文學、社會學、圖書館、歷史系等，也都不是所謂編輯專業出身，但基於熱愛文化耕耘，再加上文化史料的背景訓練，對於《CCC 創作集》特別專注的文史類型、前置作業難度高、多元題材等的項目，特別擅長，也透過編輯團隊的神助攻來協助孵化臺灣新人漫畫家。

這一路走來的成績並不容易。民國110年在影視的高評價的《神之鄉》，就是一個田野調查繁複，民俗細節綿密的一個成功跨域的案例。

「繼續努力，臺灣的漫畫傳作推動還得加把勁」

在戲劇呈現中，便可一目瞭然《神之鄉》製作質感出色，舉凡宮廟生態、神像雕刻、陣頭架式、神將操作的田調之認真、完整顯而易見，難能可貴的是這些素材的著墨沒有生硬的拘泥，反而被成功地消化進情節的大架構裡，順理成章地巧妙地成為故事進展的懸念。圍繞在「舉將軍」這門學問上，建構出一個獨特的武林，隨時以一種抽象但易懂的意涵，激發著相關角色們力爭上游的追求。至於台詞裡不斷被提起的密碼「624」，隱隱透著「山雨欲來，一決勝負」的張力鋪墊，形成將戲中重要



《採集人的野帳》漫畫展。



人物都牽繫其上的節奏跟線索，這些都是相當高明的講故事技巧，也透過漫畫編輯中的分鏡，使《神之鄉》的「視覺型式」和「情境底蘊」取得完美平衡的處理成績處處可見，一塊流傳百年的「五色匾牌」無語鏡像著離合盛衰的感慨，相當發人深省，而從「關聖帝君」的保境安民，到聆聽著小女童低聲傾訴的「虎爺」，種種有形的畫面給了最接地氣的信仰力量一個貼合市井民生的溫暖解讀。而這些事前繁複的田野調查，民俗專題早在《CCC 創作集》的編輯團隊作業中被一一克服了

透過一個專業細膩的創作，造就一齣扣人心弦的戲劇，凝聚一份敬天敬神的虔誠與謙卑，舊有的風景，還是記憶深處最無法取代的心動」這樣的細膩題旨裡，恰如其分，又耐人咀嚼，濃縮成「有人在等你回來的地方，就是家不論去到什麼地方，不要忘了回家的路。」。

臺灣民俗的文化浸潤在故事情節中被淡淡的遞了出去。低迴不已的效果卻是後勁十足，故事的藍海市場，文化的動人之處有賴政府更積極的產業政策與作為，讓更多商機綜效一一浮現。📖