



台北故宮 開放中低階圖像

七萬多國寶大圖清晰如觸

7月11日，台北故宮博物院宣布，即日起免費開放中低階圖像檔供商業使用，屆時民眾可使用故宮開放的圖像進行創作及開發商品，但若複製或盜印故宮授權的商品或書籍，仍屬侵權行為。台北故宮博物院表示，為貫徹博物館公共化理念，即日起從故宮 Open Data 專區「文物查詢下載」及「精選圖像下載」中的圖像，無需申請，不限用途，不需付費，民眾可直接下載使用。香港商報記者 陳柳燕



懷素的自敘帖
文創絲巾

免費開放圖像檔達7萬張

2017年2月，紐約大都會藝術博物館（Met）宣布按照「Creative Commons Zero」（下簡稱CC0，無權利保留協議）將其收藏的37.5萬件藏品的高清圖像資源免費向公眾開放版權，而更之前位於華盛頓的美國國家美術館（其網站稱開放45000件藏品圖片提供下載，且數量不斷增加）和荷蘭阿姆斯特丹國家博物館均已開放了館藏資源的高清圖片下載，其規模和廣度令公眾大開眼界。美國現代藝術博物館（MoMA）也從去年開始在線提供了展覽相關圖片資源的下載。

搭上資源開放熱潮，台北故宮已於去年開放中低階圖像免費使用，不過僅限於非營利使用。而此番免費開放中低階圖像檔供商業使用，則是擴大免費使用範圍到可商業使用。獲悉此信息，多數民眾都在故宮臉書粉絲頁上表達贊同，還說「終於啊」，似乎等待已久。

此次開放故宮典藏所有書畫及器物的文物圖像多達7萬張低階數字圖檔，其中包括故宮「三寶」翠玉白菜、肉形石及毛公鼎，都有中階圖像可供下載，另有王羲之的快雪時晴帖、懷素的自敘帖、蓮花盥碗等。據悉，只要點擊網站Open Data專區，其「文物查詢下載」中書畫類及器物類便可下載低階（72dpi）數字圖像；「精選圖像下載」中則有2163張中階（300dpi）數字圖像可供下載，目前可供下載的從陶寺文化時期的玉琮到民國時期書畫一應俱全，且每季將增加500張；另外，「展覽包下載」中則歸類整理出「山水合璧：黃公望與富春山居圖特展」、「明四大家特展：唐寅」等4場展覽的資料，所有這些圖像資料公眾均可以直接上網搜尋、下載、粘貼，甚至

作為文創設計使用。台北故宮文創行銷處副處長王耀鋒表示，故宮從去年9月逐步開放中低階圖像供非營利使用，後續也開放民眾在展廳內攝影，這次開放中低階圖像商業使用，也是讓民眾可加入自由創意發想，屆時若有民眾拿這批開放的圖像再進行創作，甚至是開發商品，都不涉及侵權。不過王耀鋒亦提醒，如果涉及複製或盜版故宮授權的商品或出版物，仍涉及侵權行為。此外，未經故宮授權的商品，也無法進到故宮商店內販售。

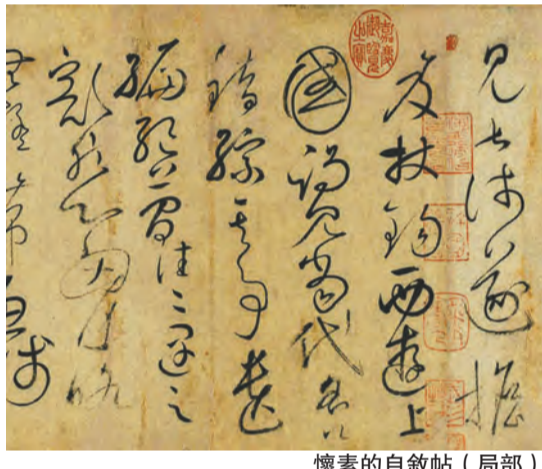
全民共享 扶植文化創意產業

台北故宮博物院表示，這是首次免費釋出典藏文物的圖像供商業使用，也是台北故宮博物院成立以來的最大創舉。台北故宮博物院的文物圖像為「數位典藏計劃」的重要成果，只要在台北故宮博物院Open Data專區下載的文物圖像皆可自由下載，並免費使用。如有需要之圖像無法於Open Data專區中找到，或需使用更高解析度的圖檔，可書面向台北故宮博物院提出申請授權取得，而台北故宮也將以收費辦法予以計價。

此次開放數位藏品圖像供全民利用，是台北故宮博物院公共化政策的一環，除開放台北故宮至寶讓全民共享外，更希望能借此扶植文化創意產業相關廠商，通過圖像的授權能讓更多文創廠商以故宮典藏文物為創意發想泉源，並實際應用於產品開發，不但能提高商品附加價值，更能加強文創品牌競爭力。而對於普通觀眾和書畫愛好者而言，即使到台北故宮博物院現場也不可能看全的限展展品，卻可以通過網絡一睹芳容。



台北故宮博物院網站的Open Data 專區頁面



懷素的自敘帖（局部）



「合璧」後的《富春山居圖》「剩山圖」與「無用師卷」



台北故宮鎮館之寶之一「毛公鼎」（局部）

台北故宮博物院也認為文物不應在博物館裏，而應是全民共享的溫暖療愈物，同時也可以是致富的寶物。據介紹，未來台北故宮博物院將持續落實公共化政策，並擴充Open Data專區中的圖像數目，希望通過圖像免費釋出，讓文物以更加透明、便捷的方式開放運用，以達到博物館教育之公益的目標。

來自北京故宮的謀篇布局

2012年以前，北京故宮主要收入為門票收入，2012年後，故宮在產品授權、種類及管理等方面進行調整。2013年故宮的在售商品就突破了5000種，銷售額突破6億元，2014年銷售額突破9億元。2015年，帶動文創周邊產業實現銷售額近10億元。

從「金榜題名筆」到「頂戴花翎官帽傘」，北京故宮將許多珍品以藝術衍生品的方式進行開發和傳播，讓大眾不進故宮也能欣賞、購買或收藏「藝術珍品」，顯得更接地氣。截止2014年12月，故宮博物院研發的文化產品6746種，研發的產品涵蓋絲綢、陶瓷、瓷器、家具、銅器、貴金屬、書畫、首飾、箱包、T恤衫、文房、玩偶、傘、領帶等十幾個類別。其中亦包括故宮書籍出版物、裝飾畫、手賬本，也包括故宮壁紙的下載，故宮遊戲等等。

對於產品的銷售，故宮採取多管齊下的方法，包括改造院內實體商店，開設故宮淘寶商舖，亦利用微博、微信互動和APP用戶端等現代網絡科技手段全方位、立體化進行媒體宣傳來吸引觀眾，從而建立廣泛的銷售渠道，滿足不同層次的受眾需求。

2015年年初，故宮又一款APP《韓熙載夜宴圖》上線，一經上線同故宮此前推出的《胤禛美人圖》、《紫禁城祥瑞》和《皇帝的一天》三款在APP商店中被列為「熱門精選」，並為人們喜愛。焦點度全然不輸2014年的動態版《雍正行樂圖》和台北故宮的「朕知道了」印花膠帶。藝術衍生品從過去簡單將作品印在T恤、茶杯、滑鼠墊上的1.0時代，依然跨入到基於機構藏品本身多維度展示、開發和傳播的2.0時代。

2015年9月，故宮博物院文化創意體驗館在位於御花園東北側的東長房正式開幕，文化創意體驗館分為絲綢館、服飾館、生活館、影像館、木藝館、陶瓷館、展示館和紫禁書苑等8間各具特色的展廳。

故宮博物院經營管理處處長楊曉波女士介紹，故宮每年研發300款文化產品，「每一款文化產品都富含故宮元素，都從故宮的藏品而來，都要有正能量，都要精益求精，保證既要創新、設計，又要有知識和歷史元素來傳播故宮文化。當下文化產品多跟時尚相結合，跟生活結合，也更加實用，更具功能性。」故宮通過衍生品的開發不再束之高閣，打破了大眾對傳統文化的認識，走入尋常百姓家，讓大眾了解故宮，了解中國傳統文化。

故宮博物院院長單霽翔表示，故宮深厚的文化內涵正在走向年輕人，「今天我們認識到，最重要的是要把這些文物資源融入人們的社會生活。讓遊覽故宮的觀眾受到感染和教育，才是最有價值的。故宮應該成為走近人們社會生活的一所博物館，這是一所博物館應該有的擔當和責任。」



北京故宮的文創產品

「M+放映」8月主題「城市界限」 探討城市化的錯綜複雜

西九文化區M+視覺文化博物館將於8月4日至6日期間於油麻地老匯電影中心呈獻「M+放映」系列最新專題——「M+放映：城市界限」。

「M+放映：城市界限」齊集15部作品，涵蓋藝術家錄像、敘事劇情片、紀錄片以及動畫，響應過去20年間急速變化的城市生活，描繪城市發展如何催化社會、政治、經濟、環境和創意方面的轉型。是次放映與「廣東快車」展覽互相呼應，該展覽於2017年6月23日至9月10日在M+ 展亭舉行。

M+放映由藝術家錄像揭開序幕，娓娓敘述全球城市化最迅速的珠江三角洲地區生活地貌：作品從干預介入到公共空間（蔣志和周滔）、水墨動畫所描繪的中國城市面貌（陳劭雄）、到與廣州工廠工

人合作表演的影片（曹斐），以及關於風格奇特音樂家的非傳統傳記（徐坦），影片探索快速的都市發展為該地區所帶來的社會及個人影響。

藝術家歐寧將會於放映的第二天分享他在廣州街道所拍的首個紀錄片——《三元里》（2003）。M+放映作品中尚包括屢獲殊榮的作品——賈樟柯的《三峽好人》（2006）、周浩的《大同》（2015）以及周戴維的《鑽石島》（2016）。

壓軸節目——陳彬彬的《終有一天》（2017）為亞洲首映，向觀眾呈獻新加坡國家級時間囊的發掘儀式，以及另一個時間囊製作過程。國際知名導演陳彬彬會於放映後與觀眾分享研討。

《終有一天》分別於瑞士、加拿大及巴西，三個

享譽國際的紀錄片電影節中獲提名為最佳國際紀錄片。

M+博物館流動影像策展人Ulanda Bair表示：「『M+放映』的作品展示在這個日趨單一卻碎片話的世界中，城市急速發展最現實的一面。通過『城市界限』系列蒐集的作品，觀眾可以通過藝術家的鏡頭重塑城市空間，讓城市不再淪為發展的布景板，而是凝聚歷史、記憶以及歸屬感的強勁催化劑。」

其它參展的精彩作品包括：高源的《月晷》（2016）、汪建偉的《生活在別處》（1999）、李完的《緬甸製造》（2014），以及在香港拍攝的作品——蔡明亮的《行者》（2012）和周奧的《臨界》（2013）。