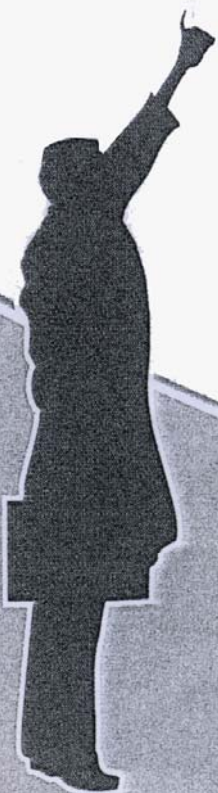




韓國數位內容產業 2008 年度報告

韓國軟體產業振興院



- 數位內容 (DC) 產業的趨
- 培植 DC 產業的政策
- DC 產業大事
- 2007 年 DC 產業的優勝者
- 相關機構
- DC 產業的主要議題

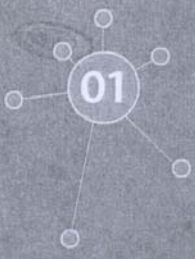




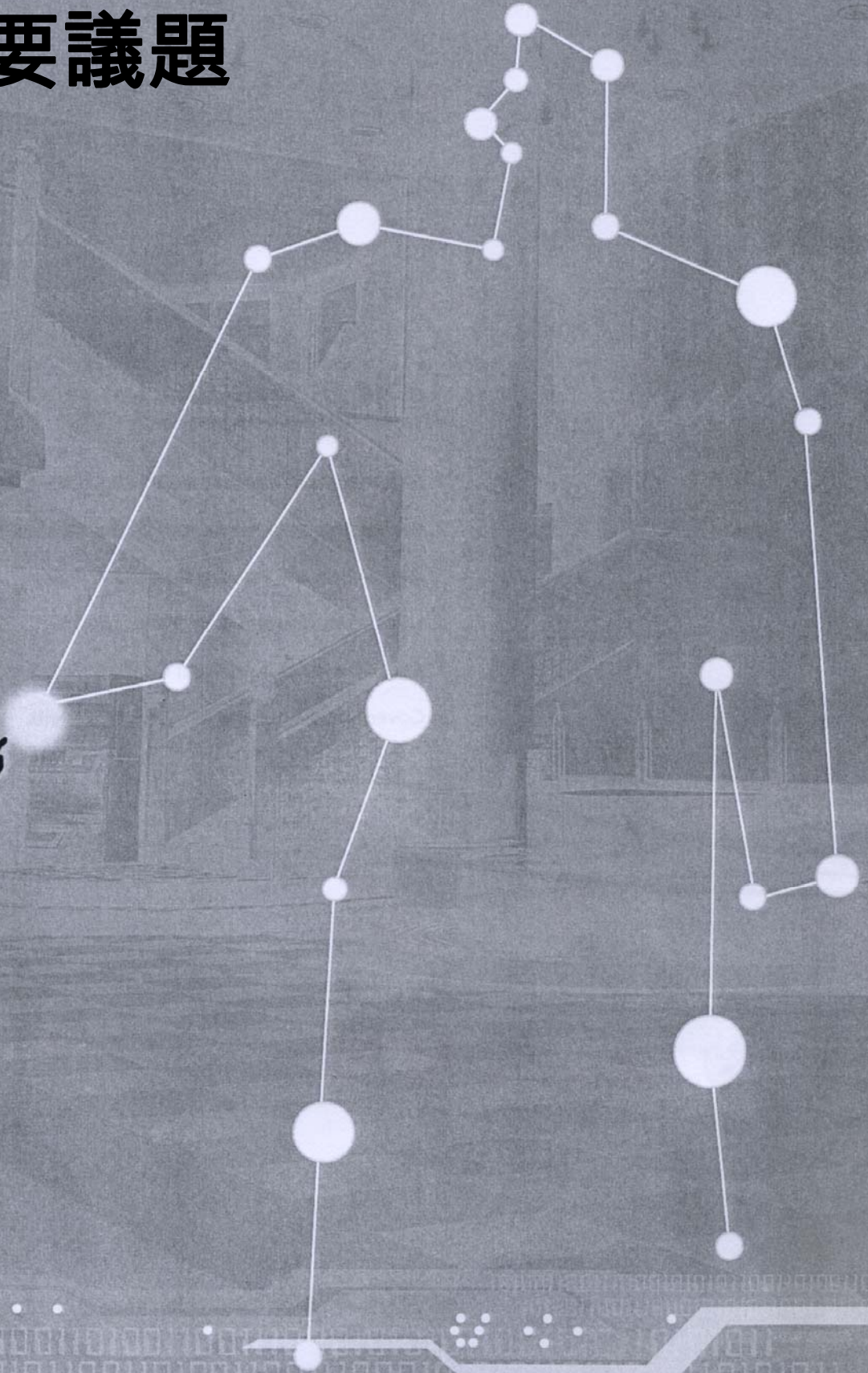
目錄

1. 韓國數位內容產業的主要議題	3
2. 韓國數位內容產業的最新趨勢	8
3. 提振數位內容產業的政策	18
4. 2007 年度的最佳數位內容業者	21
5. 數位內容產業大事	31
6. 政府的數位內容相關機構	34





韓國數位內容產業的 主要議題



1. 韓國數位內容產業的主要議題

- 韓國引進更多國外的線上遊戲
- 跨國製作為動畫產業帶來活力
- 有聲書服務的拓展
- 版權法保障下的各種營利模式
- 「全頁瀏覽」服務的推出

韓國引進更多國外的線上遊戲

自從 Blizzard 公司請美國藝電 (EA) 公司與韓國 NeoWiz 公司聯合開發的 *魔獸世界* 與 *FIFA Online* 遊戲大獲成功之後，韓國市場很快就吸引了國外各大遊戲開發業者的目光。韓國的主要遊戲入口網站與出版商也競相爭取海外暢銷遊戲的版權。

NHN 公司與開發 *魔戒 Online* 遊戲的 Turbine 公司簽訂出版合約，開始在韓國提供線上遊戲的服務。該公司亦取得韓國 EA 公司 *戰鎚 Online* 的版權，並在最近推出該款遊戲。

CJ Internet 公司發行的遊戲包括光榮 (Koei) 公司的 *Welcome to Oceania Online*、Falcom 公司的 *伊蘇 Online* 以及萬代 (Bandai) 公司的 *SD Gundam Capsule Fighter*，並在最近為大陸遊戲業者完美時空公司的 *完美世界*、*Jinsamgukmussang Online*、*龍珠 Online* 與 *Super Monkey Ball Racing Online* 等遊戲推出商業服務。

Nexon 公司與美國 Valve Soft 公司共同開發第一人稱射擊 (FPS) 遊戲 *絕對武力* 的線上版，並在韓國推出該款遊戲，NeoWiz Games 公司則推出 *FIFA Online* 與 *FIFA Online 2*。*地獄之門：倫敦毀滅* 也是國外的遊戲，開發者為俗稱「暗黑破壞神」(*Diablo*) 的 Flagship Studio 公司；自從 Hanbit Soft 公司與 Blizzard 公司 *星海爭霸* 遊戲的經銷合約到期之後，該遊戲便成為 Hanbit Soft 公司的重要計畫。

越來越多的入口網站與出版商選擇先前暢銷而消費群穩固的電腦遊戲，作為進軍線上遊戲市場的安全途徑，因此韓國引進更多國外的線上遊戲。

跨國製作為動畫產業帶來活力

外包業務在韓國動畫市場中佔了相當大的比重，卻因韓幣匯率大跌而緊縮。為了克服此一困境，韓國動畫業者目前正與國外業者尋求合作機會。

韓國的 Character Plan 公司、教育電視台 (EBS) 與法國的 Moonscoop 公司及 F5 電視台共同參與了 *L'ami Mila* 的製作計畫，而法國的 F5 電視台與韓國的教育電視台將於 2008 年 6 月同步播出該部卡通。

美國三大動畫經銷商中的 Nickelodeon 公司與製作公司 Tuba Entertainment 及海外經銷商 Synergy Media 公司合作，共同製作了 *Oasis* 這部動畫。此外，G&G Entertainment 公司與中國最大的媒體業者上海文廣新聞傳媒集團簽約，以各出資一半的方式共同製作卡通 *Little Wizard Tao*。SamG Animation 公司與法國的 Timoon Animation 公司則聯合製作 *My Giant Friend* 這部動畫。

與國外業者進行跨國製作，可望為韓國動畫公司帶來提升創作與規畫能力的機會——韓國業者在這方面的能力略遜於其製作能力。

有聲書服務的拓展

有聲書是存有語音資料的電子書，而線上有聲書的入口網站 Audien 在 2006 年 9 月便率先推出相關服務。由於可供顧客隨時隨地使用，費用也比紙製書或電子書低廉 (有聲書的價位約在 600 至 1000 韓幣之間)，年輕一代的民眾對有聲書的接受度相當高。此外，長途通勤者的人數不斷增加，慢跑者與散步者也能使用有聲書，因此有更多的業者打算進軍此一市場。

Inticube 公司的 Audien 網站提供各種有聲書的服務，其中一種提供內容的形式是讓閱讀機念出文字 (包括文學、經濟、管理與自我開發等題材)，讓演員詮釋有聲戲劇中的對話，其內容多半為愛情或偵探故事。Inticube 公司也與手機服務業者合作，透過 SK Telecom 公司的 June 通信服務與 Melon 及 KTF 公司的 Dosirak 網站為手機用戶提供有聲書。

教保書城 (Kyobo Book Center) 提供外語的有聲書，以及兒童與幼兒的有聲書，

01

韓國數位內容產業的主要議題

而 Soribada 網站藉著與教保書城合作而踏入有聲書市場，韓國電信 (KT) 公司則透過該公司的 BookT 電子書服務而提供有聲書。

在有聲書市場成長的同時，民眾的生活方式也在持續改變，進軍該市場的業者只會越來越多。

版權法保障下的各種營利模式

根據新的版權法，只要侵犯既有的版權，就算版權所有人不依法提告也會遭到處罰。原先的版權法規定，版權所有人必須提出申訴才能審理侵犯版權的案件，相較之下，修訂版的版權法強化了版權的保障。

由此可見，音樂公司合法提供音樂檔案的 B2C (企業對客戶) 市場已經獲得相當的關注，現在只有透過合約向版權所有人取得音樂檔案的業者才能提供音樂服務。

目前音樂服務的供應者僅限於 E-mart、GS Retail 與麥當勞等大型零售店。不過一旦市場擴及小型零售業者，相關的零售店可能多達 40 萬或甚至 50 萬家，因此市場規模可望成長至 1000 億或 2000 億韓幣。

由於音樂服務逐漸成為新的獲利來源，手機服務業者都急著跨入音樂服務的市場。KTF 公司併購了 Blue Code Technology 公司，以便在 Hi-Mart、GS Retail 與 KAL 分店等 3700 多家商店中提供 Music Manager 這項音樂服務。SKT 公司透過 Biz Melon 服務提供 120 多種音樂檔案，並依商業類別、主題、類型與年齡區分為 250 個音樂頻道。韓國電信公司也推出 Shop Cast 服務，Hanaro Telecom 公司的關係企業 Hanaro Force.Com 則經營 Music Condi 服務。

「全頁瀏覽」服務的推出

全頁瀏覽服務是第三代手機服務的主要元素之一，隨著該服務的推出，手機服務業者正準備拓展新的市場。SK Telecom 公司開發出無線網路瀏覽器的 4.0 版，並在該公司的 Nate 無線網路入口網站中運用該項技術。KTF 公司也透過其全頁瀏覽器提供全頁瀏覽服務。

為了迎合這項趨勢，目前樂金電子與三星電子等手機廠商也以搭配全頁瀏覽服務功能的手機作為行銷重點。

至於韓國行動電話的 OK 驗證測試計畫，ERTI(電子通信研究院) 已經完成第一階段 OK 驗證標準的研發；該機構自 2007 年 12 月起便參與一項測試計畫，讓手機服務業者與入口網站透過手機提供經過驗證的網路內容。

韓國大多數的網頁都是配合視窗系統的 Active X 與 Flash 軟體而設計的，並不符合全球資訊網組織建立的 HTML 標準，因此無法在手機上提供麥金塔系統網路服務等完善的網路服務。為了解決這項問題，業界正在進行韓國行動電話的 OK 驗證測試計畫。

韓國數位內容產業的 最新趨勢



2. 韓國數位內容產業的最新趨勢

市場規模與預測

韓國數位內容產業的營業額在 2001 年首度進行調查時已達 2.8722 兆韓幣，此後的年平均成長率高達 23.1%，2007 年的營業額為 10.0067 兆韓幣，比 2006 年 8.9148 兆韓幣的營業額高出 12.2%。線上內容入口網站與高畫質電視節目的廣告業績上升，是造就此一成長的主因。

韓國的數位內容產業之所以持續成長，原因在於消費頻道的增加，民眾對付費內容的接受度升高，以及版權管制法令的強化。

此外，線上市場與數位傳播市場的廣告業績上升，也為韓國數位內容產業的成長帶來助力。線上廣告逐漸獲得廣告商的肯定，數位內容銷售部分亦將高畫質廣播的廣告銷售納入計算，兩者都是成長的幕後功臣。

〔韓國數位內容產業的營業額〕

(單位：10 億韓幣)

年度	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	年複合成長率 2002~2012 年
遊戲	1,064.8	1,511.7	2,079.7	2,477.8	2,388.2	2,658.9	2,874.5	3,097.8	3,297.7	3,344.5	3,362.8	4.8%
數位傳播	187.2	221.7	361.2	529.7	1,131.4	1,369.8	1,686.7	2,056.87	2,459.5	2,897.4	3,306.8	19.3%
數位影片	469.8	441.4	405.7	422.0	244.5	247.1	261.3	294.5	340.4	406.8	506.5	15.4%
數位音樂	134.9	185.0	211.2	279.6	329.4	355.9	384.8	398.3	404.6	407.5	408.9	2.8%
電子學習	415.8	494.8	581.9	672.4	712.8	793.0	851.8	877.3	897.1	912.4	924.2	3.1%
電子書	28.5	30.6	57.3	73.5	55.2	47.3	50.3	52.2	53.6	54.4	55.0	3.1%
資訊內容	318.3	517.7	585.4	711.7	889.0	1,018.8	1,144.2	1,259.2	1,337.9	1,403.2	1,451.0	7.3%
資訊交易 (線上入口)	685.3	1,179.0	1,448.4	1,676.8	1,622.6	1,794.5	2,054.1	2,312.4	2,501.2	2,625.1	2,745.1	8.9%
內容方案	823.4	1,190.2	1,157.8	1,275.0	1,541.7	1,721.4	1,977.2	2,188.7	2,408.2	2,883.9	3,406.5	14.6%
總計	4,127.9	5,772.1	6,888.6	8,088.5	8,914.8	10,006.7	11,284.9	12,537.1	13,700.2	14,935.2	16,166.8	10.1%

※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

02

韓國數位內容產業的最新趨勢

業界已經預測，韓國的數位內容產業到 2012 年為止都將維持近 10% 的成長率。該項預測的根據在於無線寬頻 (Wibro) 與高速下行封包存取 (HSDPA) 服務已經在 2007 年成功地打開市場，而網路電視、其他新的整合內容服務與高畫質廣播服務亦可望在 2008 年的數位內容市場維持動力。

各產業的趨勢

A. 遊戲

遊戲產業在 2006 年整個數位內容市場中佔了 26.2% 的比重，2007 年度的市場比重則為 26.6%。

電動遊戲產業出現大幅成長，2006 年的銷售額僅有 1563 億韓幣，但到了 2007 年，任天堂推出 DS 這款非常暢銷的新一代遊戲主機，再加上新款掌上遊戲機 (PSP) 的問世，都使得營業額大增 95.4% 而達到 3054 億韓幣。

特別值得一提的是，在任天堂的大力促銷之下，DS 主機光是 2007 年 1 月至 9 月就賣了超過 58 萬台。

〔遊戲產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

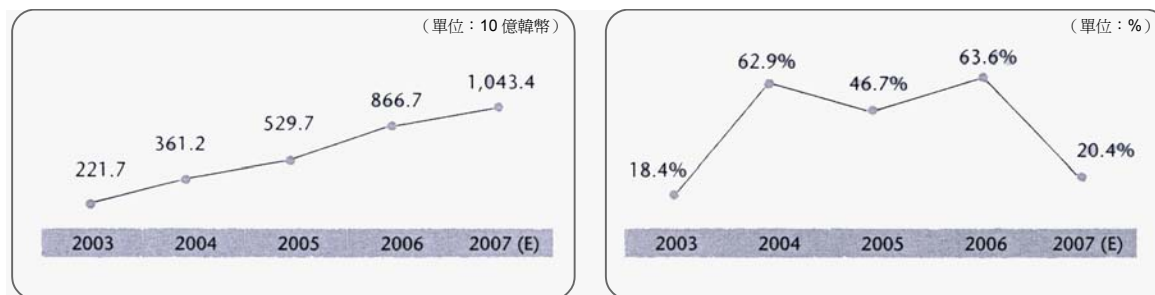
B. 數位傳播

數位傳播產業近來出現多項突破。地面廣播系統正轉型為高畫質系統，數位多媒體傳播 (DMB) 亦藉由衛星與地面系統擴大其傳送範圍。

手機傳播產業的成長最多，是有目共睹的事實。衛星 DMB 服務擁有 125.6 萬名用戶，適用於地面 DMB 系統的手機也賣出 676.6 萬支。今年的手機傳播業務市場明顯擴大是成長的主因，手機傳播產業也因此成長 26.2%，市場總值達 1531 億韓幣。

此外，Hana TV 之類的電視入口服務問世，業者也提供實驗性質的網路電視服務，不但使得廣播的管道增加，也加速了數位化的進程。網路電視產業可望在 2012 年前創造 12.9 兆韓幣的產值，5.43 兆韓幣的附加價值以及 7.3 萬個新工作。

〔數位傳播產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

相較於其他產業，數位傳播產業的成長率高達 20.4%。此外，網路電視服務與數位纜線傳播的擴張亦可望支撐數位傳播產業的高成長率。

C. 數位影片

2003 至 2004 年間，數位影片產業代客製作 (OEM) 動畫的訂單量下滑，虛擬化身服務的市場亦呈現萎縮。所幸該產業在 2005 年稍有起色，2007 年的市場規模達到 2471 億韓幣。

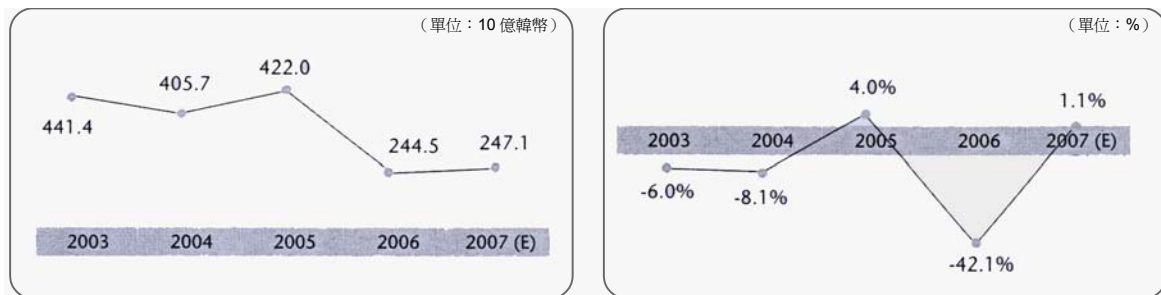
動畫市場的規模為 1395 億韓幣，其次為 788 億韓幣的數位影片製作與 288 億韓幣的數位角色市場。

02

韓國數位內容產業的最新趨勢

整體而言，數位影片產業仍在持續萎縮。動畫市場這個數位產業中最大的市場陷入衰退，是造成此一情勢的主因。過去 OEM 訂單一向是韓國動畫市場的支柱，但其他國家市佔率的擴大傷害了韓國的動畫業者，整個數位影片市場亦顯得停滯不前。

〔數位影片產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

D. 電子學習

自 2003 年以來，韓國的電子學習產業一直維持 12.5% 的平均年成長率，2007 年的營業額達到 7930 億韓幣。該產業 2006 年的成長率雖然只有 6%，卻在 2007 年締造出 11.3% 的兩位數成長，每年亦維持大約 1000 億韓幣的穩定成長。

Megastudy、Neungyule Education、Etoos 與 Elim Edu 等公司帶動了電子學習產業的成長。目前有越來越多的學生轉而接受網路教育，韓國長青教育的熱潮也使得電子學習產業維持穩定的成長。

〔電子學習產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

E. 數位音樂

自 2003 年以來，韓國的數位音樂產業一直維持 12.5% 的平均年成長率，2007 年的營業額達到 3559 億韓幣。與 2006 年相比，2007 年的營業額成長了 8%。韓國數位音樂產業的成長率曾在 2005 年創下 30% 的紀錄，近年來則一直有失去動力的趨勢。手機鈴聲市場出現大幅衰退是導致此一情勢的主因。

〔數位音樂產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

在另一方面，完整歌曲市場與背景音樂市場的成長率相當高，其中完整歌曲市場更是成長了 33%，營業額達到 1520 億韓幣，也使得該市場與手機鈴聲市場的差距縮至 200 億韓幣以下。背景音樂市場的成長雖然不如完整歌曲市場，營業額卻也增加了 16.3% 而達到 336 億韓幣，成長率是整個數位音樂市場的兩倍。

數位音樂產業之所以成長，是因為數位音樂業者開始針對音樂的下載收取費用。Soribada 之類的點對點 (P2P) 網站開始向用戶收費，Melon、Dosirak、Max MP3 與 Bugs 等音樂入口網站的付費會員人數亦不斷增加。此外，音樂商店目前的規模雖然不大，但終將成為數位音樂產業的新營利模式。

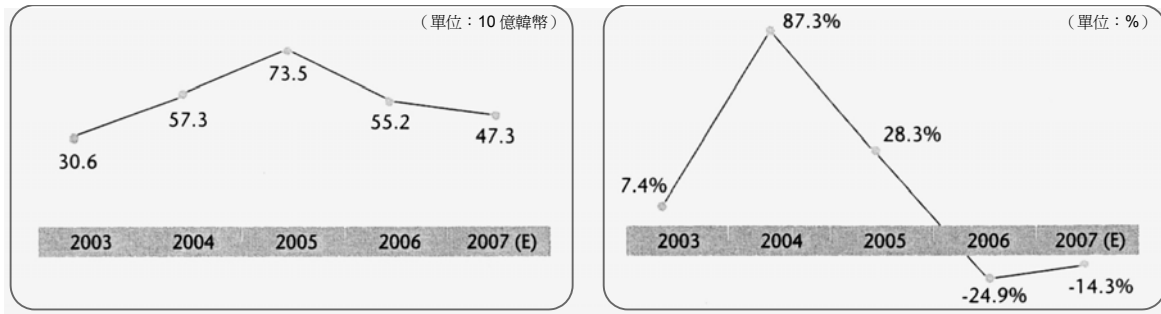
F. 電子書

自 2003 年以來，韓國的電子書產業一直以 11.5% 的平均年率成長，2007 年的市場規模達到 473 億韓幣。2004 年時，電子圖書館的需求增加，使得電子書的市場大幅成長了 80%，可惜該市場在 2006 年出現 -24.9% 的負成長，2007 年的成長率則為 -14.3%：這是因為電子書產業太過依賴企業對企業 (B2B) 的市場，以致於未能創造 B2C 的市場。

02

韓國數位內容產業的最新趨勢

〔電子書產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

為了追求進一步的成長，電子書產業必須調整 B2B 導向的原始架構，同時創造 B2C 的市場。電子書雖然方便用戶閱讀與攜帶，但用戶必須購買相當昂貴的特殊裝置才能使用電子書。若電子書裝置的價位下跌，有聲書的市場也重獲動力，電子書產業應該有反彈的機會。

G. 資訊內容

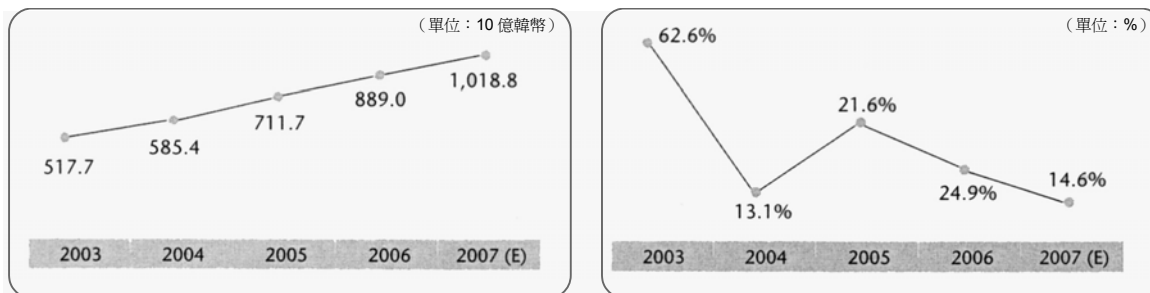
自 2003 年以來，韓國的資訊內容產業一直以 18.4% 的平均年率成長，2007 年的市場規模達到 1.0188 兆韓幣。

2007 年時，金融 / 經濟業在該市場中佔了 28.0% 的比重，其次為綜合資訊 (19.4%)、娛樂資訊 (16.8%)、生活資訊 (16.5%) 與地點資訊 (10.2%)。

金融 / 經濟業是資訊內容類的主力產業，成長率僅有 8.6%；生活資訊產業提供女性、兒童、時尚、旅遊、工作與天氣的相關資訊；綜合資訊產業包括網路雜誌與網路報紙，地點資訊產業則普遍呈現高成長率。

值得注意的是，人力招募資訊業的成長率也相當高。

〔資訊內容產業的市場規模與成長率〕



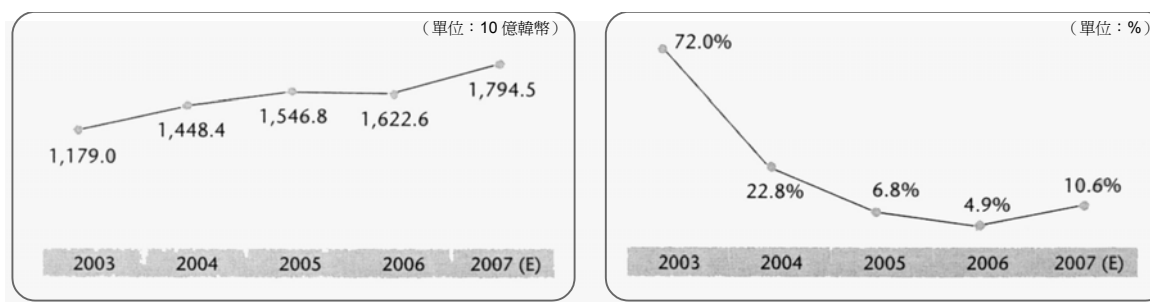
※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

H. 內容交易

韓國的內容交易產業 (包括入口網站在內) 一直以 21.2% 的平均年率成長，2007 年的市場規模達到 1.7945 兆韓幣，比 2006 年增加了 10%。

入口網站是該市場的主力，也是此一可觀成長的幕後功臣。特別值得一提的是，廣告業者對線上廣告的興趣日益濃厚，也有助於推升入口網站的廣告業績。

〔內容交易產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

02

韓國數位內容產業的最新趨勢

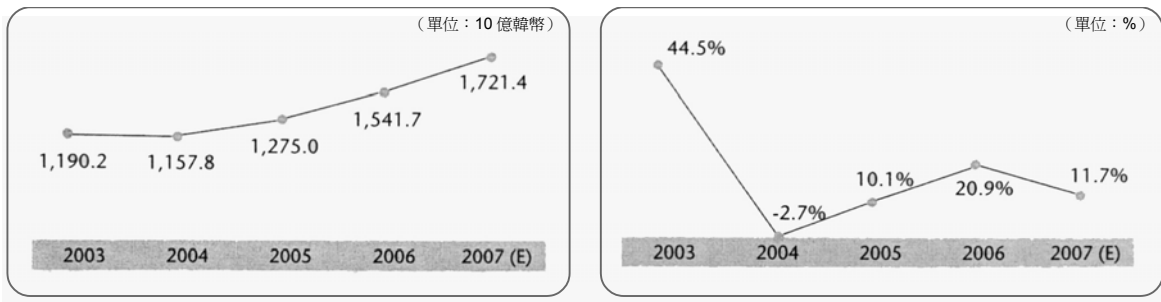
I. 數位內容方案

數位內容方案市場 2003 年的營業額為 1.1902 兆韓幣，此後逐年持續成長，只有 2004 年例外，2007 年的營業額則達到 1.7214 兆韓幣。

該產業在 2004 年衰退之後再度走強，2006 年的成長率高達 20.9%，2007 年也有 11.7%。

在 2007 年的數位內容方案市場中，手機方案佔了 25.3%，付款部分為 13.9%，編輯工具則為 12.8%。與 2006 年相比，編輯工具的比重稍下滑，付款部分則微幅上升。

〔數位內容方案產業的市場規模與成長率〕



※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

J. 手機內容

手機內容產業在 2007 年成長了 7.7%，市場規模達到 1.1696 兆韓幣。

在手機鈴聲、音樂與遊戲服務的帶動之下，手機內容產業自 2000 年起便迅速成長，不過手機音樂市場的成長在 2006 年趨緩，2007 年手機內容產業的成長率降至 7.7%。

(手機市場的細部分類)

(單位：10 億韓幣)

說明		2006	2007 (E)	成長率
製作 / 服務	遊戲	237.0	250.4	5.7%
	廣播	121.3	153.1	26.2%
	影片	69.0	71.5	3.6%
	電子學習	18.6	19.5	4.8%
	音樂	186.2	170.3	-83.5%
	電子書	1.8	2.2	22.2%
	資訊內容	60.4	67.0	10.9%
	內容交易	0	0	0.0%
	小計	694.3	734	5.7%
內容方案		391.3	435.6	11.3%
總計		1,085.6	1,169.6	7.7%

※ 取自韓國數位內容市場 2007 年度報告 (2008 年 1 月)

截至 2008 年 8 月為止，衛星 DMB 服務已經吸引了 125.6 萬名用戶，手機傳播產業的成長率亦創下最高紀錄。隨著新遊戲的上市與費用的收取，手機遊戲產業成長了 14%。

手機傳播產業的成長與手機音樂產業的趨緩使得 2007 年的市場架構出現巨變。就成長率而言，手機方案產業由 36.0% 增加到 37.2%，手機遊戲產業則由 21.8% 降為 21.4%。然而跌幅最大的是手機音樂產業，成長率由 17.2% 跌至 14.6%，手機傳播產業則成長最多，由 11.2% 增加到 13.1%。

提振數位內容產業的 政策



3. 提振數位內容產業的政策

資訊技術 (IT) 的持續發展使得數位整合的速度加快，而數位整合正跨越網路、設備與內容之間的障礙，同時打破通訊、傳播與家電產業之間的藩籬。隨著各種整合服務的問世，內容與各種設備及網路的結合儼然成為商品競爭力的基礎。

繼工業社會與資訊社會之後，目前的經濟正朝著內容導向的社會發展。因此韓國也在推動各項政策，將內容產業培植成未來主要的成長引擎。



03

提振數位內容產業的政策

全球化的內容製作

- 韓國必須判定該國在哪些主要的內容領域具備領導全球市場的潛力，以便集中心力為內容、網路、方案與用戶端的連結提供支援。
- 韓國若能促成各國與韓國內容業者的合作，就能發展世界頂尖的內容與傳播體系。
- 韓國若能率先推動新的服務，就能保有其競爭力並提升該國在全球市場的地位。
- 韓國將發展創意工程師的培訓制度，使其主導全球的內容市場。
- 韓國將針對市場人士的創新工作與新商務模式的發展提供非常可靠的資訊。

先進的經銷體系

- 韓國若能以辨識系統、標示系統與促進公平貿易的貿易認證等有效的法規與體制為基礎，就能保有健全的經銷體系。
- 韓國將經營全球服務平台，以利海外直接的內容服務。
- 韓國將為各種內容服務建立基礎架構，以便在任何資訊裝置或用戶介面中使用該類服務。

最佳便利性

- 為了因應內容使用的負面影響與降低內容消費的差距，韓國將發展新的制度，人人都能藉以改善自己的生活品質。
- 為了確實提升內容的可用性與可得性，韓國將提供相關的服務環境。

4. 2007 年度的最佳數位內容業者

2007 年數位內容獎的得獎公司

數位內容獎

各產業類別的傑出數位內容將獲頒會長獎

大獎

會長獎



公司名稱

Allm 公司

內容名稱

路尼亞戰記

內容類型

線上遊戲

網址

<http://lunia.nexon.com>

電話

82-1588-7701

內容敘述

線上遊戲的新類型，結合角色扮演遊戲 (RPG) 與遊樂場遊戲，卻比一般遊樂場遊戲更簡單而流暢，劇情也更豐富。

金獎

總理獎



公司名稱

Purunet.com 網站

內容名稱

MVMedu

內容類型

教育內容

網址

<http://www.purunet.com>

電話

82-080-082-3131

內容敘述

2006 年 11 月推出的互動式影片服務，採用 2005 年 12 月研發的 MV Medu 方案。

金獎

總理獎



公司名稱

Com2us 公司

內容名稱

Action Hero 3D Wild Dog

內容類型

手機內容

網址

<http://www.com2us.com>

電話

82-2-6292-6000

內容敘述

手機遊戲，不但整個螢幕都是巨獸，還有效果眩目而容易操作的技巧，以及各種 3D 立體運鏡視角。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

King's Field 公司

內容名稱

Baduk Quotient

內容類型

教育內容

網址

<http://www.kingsbaduk.com>

電話

82-2-454-3114

內容敘述

教育內容，包含 1.7 萬個圍棋問題的資料庫，可供圍棋的初級與進階棋手使用。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Wisenuri 公司

內容名稱

Photo Nuri 網站人像的內容網路服務與圖像光碟

內容類型

網路資訊內容

網址

<http://www.fotonuri.com>

電話

82-2-564-4374

內容敘述

線上購物商場，專門銷售 Wisenuri 公司為商業用途而規畫與開發的人物影像，提供數位影像內容。

02

韓國數位內容產業的最新趨勢

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Minigate 公司

內容名稱

「Miniple V3.0」

內容類型

數位內容的經銷服務模式

網址

<http://www.miniple.co.kr>

電話

82-2-3448-1540

內容敘述

平台型的軟體，用戶不必使用網路瀏覽器就能在自己的電腦螢幕上使用新聞、搜尋、天氣、交通與備忘錄等服務。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Korea DMB (1to1) 公司

內容名稱

Capture the Movie
Coupon (電影券大家拿)

內容類型

新一代的內容

網址

<http://www.1to1.co.kr>

電話

82-2-2082-2000

內容敘述

運用 DMB 螢幕擷取功能與手機條碼的電視折價券節目。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

首爾廣播電視台 (SBS) 製作公司

內容名稱

摺紙戰士

內容類型

數位影像

網址

<http://www.sbs.co.kr/new/tv/warrior/>

電話

82-2-2113-6700

內容敘述

精采熱鬧的 2D 平面動作冒險動畫片，由韓國東宇動畫公司與中國 Perfect Media (PMI) 公司共同製作，改編自台灣漫畫「摺紙戰士」。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

韓國資訊服務公司

內容名稱

「MoveOne」地址變更服務

內容類型

網路資訊內容

網址

<http://www.moveone.co.kr>

電話

82-2-3771-1000

內容敘述

透過網際網路變更個人資料（地址、聯絡處等）的一點即通服務，只須使用個人的信用交易資料（韓國徵信中心），非常方便。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Iconix Entertainment 公司

內容名稱

太極千字文

內容類型

數位影像

網址

<http://www.1000jamun.com>

電話

82-2-516-1603

內容敘述

兼具教育與娛樂性的奇幻動畫片，在觀賞兒童主角的冒險過程中自然地認識中國人物。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Ani Park 公司

內容名稱

Magu Magu

內容類型

線上遊戲

網址

<http://game4.netmarble.net/ma9/main.asp>

電話

82-2-6292-7771

內容敘述

線上棒球休閒遊戲。

04

2007 年度的最佳數位內容業者

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱
內容名稱
內容類型
網址
電話
內容敘述

Gamevil 公司
Super Boom Boom 2
手機內容
<http://www.gamevil.com>
82-2-876-5252
經過精心設計，而且風行美國、韓國與其他許多國家的單鍵手機遊戲。該手機遊戲的畫質相當好，融合東西畫風，同時以 J2ME 手機標準語言為基礎，與全世界所有的手機平台相容。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱
內容名稱
內容類型
網址
電話
內容敘述

Korea Medicare 公司
依據 Web2.0 概念設計的醫師評估與搜尋方案
網路資訊內容
<http://www.kormedi.com>
82-2-2052-8200
透過手機與家庭自動化而取得的網路資訊內容，運用「我的表單」、「症狀檢查表」與「疾病資訊」等功能進行醫師的評估與搜尋。

銀獎

資訊與通訊部獎

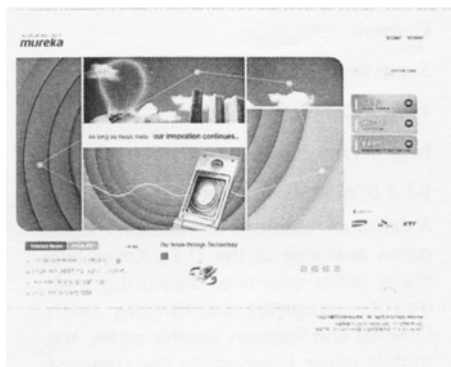


公司名稱
內容名稱
內容類型
網址
電話
內容敘述

Com2us 公司
Inotia Chronicle
手機內容
<http://inotia.com2us.com>
82-2-6292-6000
供人下載的遊戲，運用各種網路功能就能單獨操作，好像在玩線上的 MMORPG (大型線上多人角色扮演遊戲)。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Mureka 公司

內容名稱

內容監控中心

內容類型

數位內容的經銷服務模式

網址

<http://www.mureka.co.kr>

電話

82-2-3413-4525

內容敘述

新一代的版權管理系統，不但能協助業者找出商機並建立訂價政策，也讓版權所有人更輕鬆地以即時方式辨識用戶與 P2P 服務共用的檔案，進而確保帳目資料的透明度。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Nexon 公司

內容名稱

Combat Arms

內容類型

線上遊戲

網址

<http://www.nexon.com>

電話

82-2-538-1500

內容敘述

全新的多種武器 FPS 遊戲，玩家可以更迅速而輕鬆地運用各種主要武器。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Live ABC 公司

內容名稱

雙向 3D 英語對話內容

內容類型

教育內容

網址

<http://www.liveabc.co.kr>

電話

82-2-3295-3650

內容敘述

寓教於樂的 3D 動畫片，透過遊戲學習英語。

04

2007 年度的最佳數位內容業者

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

ANB Soft 公司

內容名稱

Striker

內容類型

手機內容

網址

<http://www.windymobile.co.kr/index.php>

電話

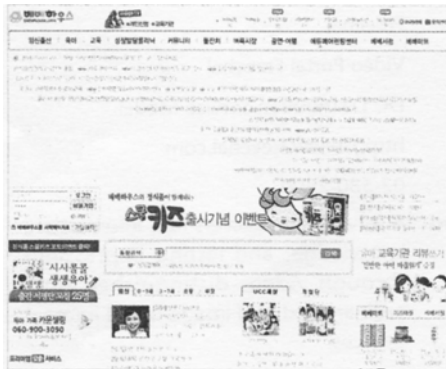
82-2-2026-0087

內容敘述

韓國第一款手機即時 3D 戰鬥動作遊戲，運用先進的 3D 技術，玩家可以立即上下左右移動。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Bebehouse 公司

內容名稱

Bebe Calendar/Gem Game Calendar/Gem Korean Calendar

內容類型

網路資訊內容

網址

<http://www.bebehouse.com>

電話

82-2-1577-3659

內容敘述

電子郵件服務，提供懷孕、生產、托兒與教育方面的必要資訊。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Audizen 公司

內容名稱

Music 2.0 (Music 2.0)

內容類型

新一代的內容

網址

<http://www.audizen.com>

電話

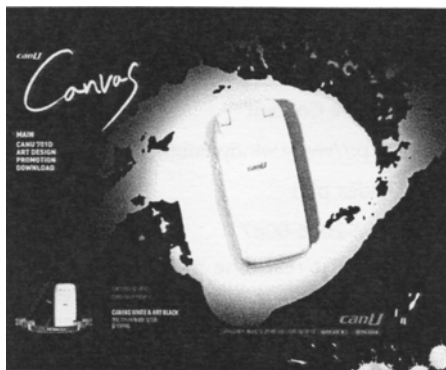
82-2-3452-8314

內容敘述

音樂服務，讓用戶為每種樂器建立音軌（多軌），同時選用個人最喜愛的樂器聲音而混音錄製自己的歌曲。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Megazone 公司

內容名稱

canu701d 促銷網站

內容類型

數位影像

網址

<http://www.canu701d.co.kr>

電話

82-2-2019-2597

內容敘述

數位影像，運用工作室攝影與電腦繪圖效果，而非一般網站慣用的方式。

銀獎

資訊與通訊部獎



公司名稱

Freechal 公司

內容名稱

Freechal 影片入口網站

內容類型

數位內容的經銷服務模式

網址

<http://www.freechal.com>

電話

82-2-580-2900

內容敘述

透過影片傳達歡樂、資訊、知識與深刻的印象，而非一般網際網路的文字與影像服務。

04

2007 年度的最佳數位內容業者

參與數位先驅計畫的業者

DPP (數位先驅計畫)

協助發展各種結合網路 / 裝置 / 方案服務並產生綜效的傑出內容

網路機上盒 (IP-STB) 的相關遊戲

- | 代表公司 三星電子
- | 參與業者 BM Soft , Miziing , Com2us , e3net , Funny Soft 與 Borazon 公司
- | 內容敘述 適用於新型 Linux 系統機上盒 (STB) 的休閒遊戲 (7 種遊戲)

U-Book (手機電子書) 服務平台

- | 代表公司 Booktopia 公司
- | 參與業者 Barobook , Bookbiznet , Fantalog Interactive 與 Neolux (NUUT) 公司
- | 內容敘述 以電子書為主的系統與內容

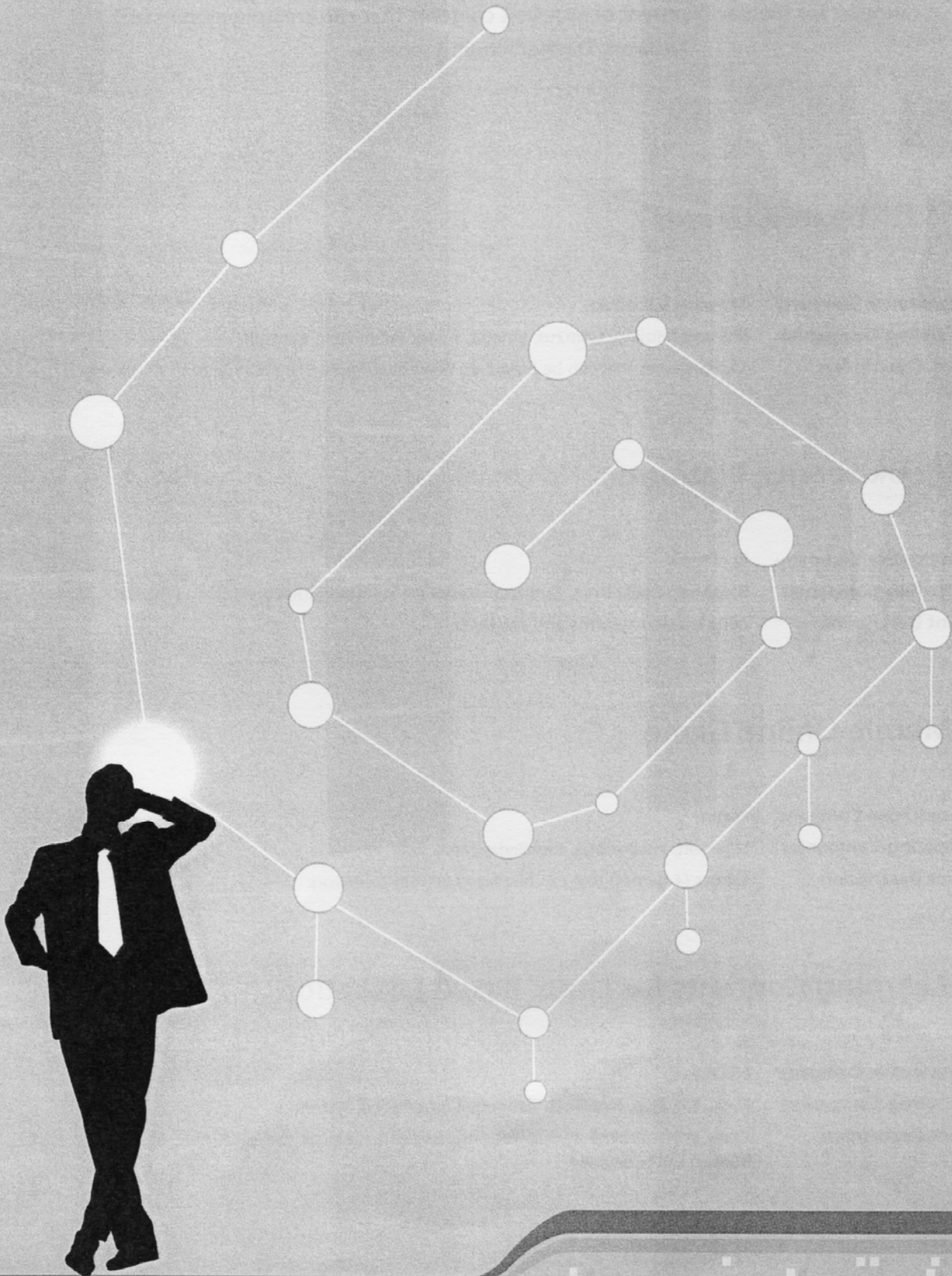
手機線上遊戲

- | 代表公司 Posbro 公司
- | 參與業者 Ligensoft , Ninewheels , Mobileday 與 ANB Soft 公司
- | 內容敘述 可在寬頻網路上進行的遊戲 (4 種遊戲)

Linux 系統式教育的 U-Learning (隨處學習) 內容

- | 代表公司 LGCNS 公司
- | 參與業者 N-os , ESL Edu , Haansoft 與 Greenbell Embedded System 公司
- | 內容敘述 電子黑板與韓語版 Linux 裝置之類的教學環境與隨處學習的內容

數位內容產業大事



5. 數位內容產業大事



2008 年 GNGWC (國際遊戲大賽)

活動綱要

- **活動宗旨**
 - 推廣韓國的線上遊戲，同時藉由遊戲大賽發展韓國在國際市場提供直接服務的能力。
 - 舉辦特別活動，以供國外用戶體驗韓國的線上遊戲。
- **活動時間**：2008 年 7 月至 2008 年 11 月
- **活動類型**：韓國的線上遊戲
- **活動方式**：依遊戲類別舉行聯賽
- **線上預賽**：全球舉行
- **分區決賽**：美國、德國、日本、新加坡、巴西與韓國等六國（主辦國可能因服務領域與類別而有所變動。）
- **總決賽**：韓國（首爾）

分類	分類	賽程 (活動計畫)
分區初賽		2008 年 7 至 9 月 (線上舉行)
分區決賽 (國家 / 城市)		2008 年 8 至 10 月 (離線舉行)
總決賽	總決賽 (韓國)	2008 年 11 月 (離線舉行)

賽程

- 2008 年 7 至 9 月：參賽者辦理登記.2008 年 7 至 9 月：線上初賽
- 2008 年 8 至 10 月：分區決賽.2008 年 10 至 11 月：總決賽



2008 年世界資訊技術展 (經濟合作暨發展組織資訊技術部長會議)

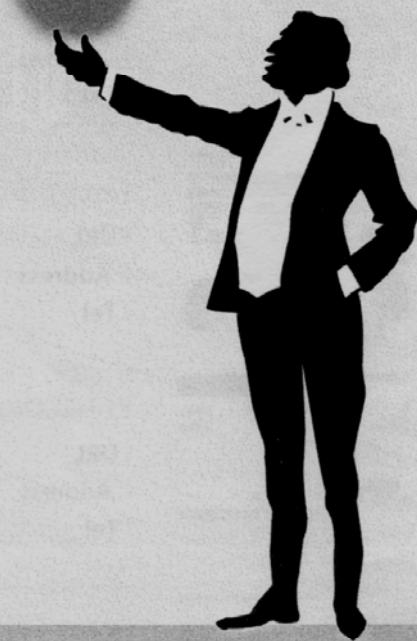
活動綱要

- **時間**：2008 年 6 月 17 日 (星期二) 至 6 月 20 日 (星期五)
- **地點**：韓國會議展覽中心 (COEX)
- **主辦單位**：韓國知識經濟部傳播通訊委員會
- **贊助者**：韓國軟體產業振興院，韓國國際貿易協會，Hankyung 公司，電子時報，COEX，K.Fairs 公司與韓國資訊電信協會

活動細節

- **背景**：該活動將與經濟合作暨發展組織 (OECD) 資訊技術部長會議同時舉行，該組織的部長與資訊技術、經濟與工業界的重要人士都將出席。國際間將有 1500 多家廠商參與該項資訊技術展，堪稱全球大事。
- **細節**：介紹韓國軟體產業現況與技術的世界資訊技術展。

政府的數位內容 相關機構



6. 政府的數位內容相關機構



韓國文化體育觀光部

網址 <http://www.mcst.go.kr/>
 地址 42, Sejongno, Jongno-gu, Seoul
 電話 82-2-3704-9114

韓國軟體產業振興院

網址 <http://www.software.or.kr/>
 地址 79-2, Garakbon-dong, Songpa-gu, Seoul
 電話 82-2-2141-5000

韓國文化產業振興院

網址 <http://www.kocca.kr/>
 地址 448, Nonhyeon, Gangnam-gu, Seoul
 電話 82-2-2016-4114

韓國遊戲產業院

網址 <http://www.kogia.or.kr/>
 地址 DMC 1602 Beonji, Sangam-dong, Mapo-gu, Seoul
 電話 82-2-3153-2222

韓國放送影像產業振興院

網址 <http://www.kbi.re.kr/>
 地址 Mokdongno 203-1, Yangcheon-gu, Seoul
 電話 82-2-3219-5400

電子通信研究院

網址 <http://www.etri.re.kr/>
 地址 Gajeongno 138 Beonji, Yuseong-gu, Daejeon
 電話 82-42-860-6114

韓國資料庫振興中心

網址 <http://www.dpc.or.kr/>
 地址 10, Da-dong, Jung-gu, Seoul
 電話 82-2-3708-5300

韓國軟體版權委員會

網址 <http://www.socop.or.kr/>
 地址 Gaepodonggil 619, Gangnam-gu, Seoul
 電話 82-2-2040-3500

KIPA