



【擴增實境/虛擬實境】

日經新聞 AR App 顯示新聞報導與廣告的 AR 內容



日本經濟新聞推出「Nikkei AR」手機應用程式，能夠利用文章中的 AR 標記，顯示新聞報導與廣告中的 AR 內容，希望透過 AR 技術展示商品的介紹影像等，為讀者用戶帶來更豐富的互動式新聞內容。

資料來源：Mogura VR (2018-11-20)

<https://www.moguravr.com/nikkei-ar/>

【擴增實境/虛擬實境】

巴黎橘園美術館與 HTC Vive Arts 合作 展出莫內 VR 體驗



法國巴黎橘園美術館與 HTC Vive Arts 合作，首度展出以印象派畫家莫內為主題的 VR 體驗，讓觀眾走入莫內故居，探索名畫背後的花園景點，完全沉浸於畫家的人生與作畫過程。作品將在橘園美術館展出 4 個月，並開放於 Viveport 下載體驗。

資料來源：Smithsonian (2018-11-19)

<https://www.smithsonianmag.com/smart-news/step-claude-monets-world-immersive-vr-exploration-water-lilies-180970820/>

【擴增實境/虛擬實境】

考古學家與數位團隊利用 VR 重現迄今最完整的古羅馬城



自 1996 年啟動以來，歷時 22 年、耗資 300 萬美元的「Rome Reborn」計畫正式發布其 VR 項目，讓用戶透過 VR 技術回到公元 320 年，探索古羅馬城超過 14 平方公里的 7,000 多座建築與紀念碑。團隊的數位考古學家 Bernard Frischer 表示，這是至今對羅馬古城最大、最完整的一次數位模擬，未來兩年將持續新增項目，包含著名的羅馬競技場和萬神殿。

資料來源：Rappler (2018-11-24)

<https://www.rappler.com/technology/features/217420-virtual-reality-resurrects-ancient-rome-bit-by-bit>

【擴增實境/虛擬實境】



具備互動式劇情分支的 VR 電影 將於 2019 年上映

與目前僅僅只是改變觀影形式的大部分360度、VR電影不同，「Signal Space Lab」工作室即將發行的電影《Afterlife》，試圖依據觀眾的互動回饋，透過凝視控制識別觀眾感興趣的區域，來改變電影敘事走向。電影擁有29個分支，組合出數千種劇情發展，成為第一部VR互動電影，團隊也強調劇情的合理及連續性，確保觀眾不會因此「出戲」，打造完整沉浸體驗。

資料來源：VR Focus (2018-11-23)

<https://www.vrfocus.com/2018/11/interactive-live-action-vr-film-afterlife-coming-in-2019/>

【人工智慧/大數據】



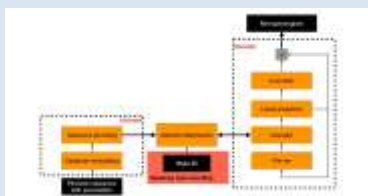
Instagram 投入機器學習 打擊社群假帳號、假互動

目前各大社群平台都積極設法打擊假帳號互動行為，以維持社群互動的真實性。Instagram 就引入機器學習技術，偵測用戶是否透過第三方軟體來增加大量追蹤者、提高人氣，Instagram 將會直接刪除這些假帳號，不過，此措施不具追溯力，只能用來檢查新增的追蹤者。

資料來源：The Verge (2018-11-19)

<https://www.theverge.com/2018/11/19/18098834/instagram-will-remove-fake-likes-and-follows>

【人工智慧/大數據】



Amazon 最新技術 讓 AI 學習新聞主播說話風格

Amazon 發表最新文字轉換語音系統，透過生成神經網絡與幾小時的錄音檔訓練，讓 AI 學會新聞主播的說話風格，期望讓未來個人虛擬助理或其他基於語音的智慧服務，可以像人類一樣依照不同主題情境使用不同的說話風格，打造更自然的使用者體驗。

資料來源：Amazon (2018-11-19)

<https://developer.amazon.com/blogs/alexa/post/7ab9665a-0536-4be2-aaad-18281ec59af8/varying-speaking-styles-with-neural-text-to-speech>

【人工智慧/大數據】



日本自動幫線稿上色的繪圖 AI 模擬人類作畫流程協助繪師

日本的「Style2Paints」是一款利用 AI 協助線稿上色的工具網站，包含陰影、光線等都十分細膩，其特別之處在於，這個 AI 是模仿人類真正的畫圖流程依步驟上色，不像目前坊間多數軟體是直接一次完成，因此檔案能夠有不同圖層，方便人類繪師進行後續細部修改與創作，能夠更好地協助工作。

資料來源：Engadget (2018-11-21)

<https://chinese.engadget.com/2018/11/21/style2paints-ai/>

【版權】

騰訊內容平台「企鵝號」推出版權合夥人計畫 保護創作權益



騰訊旗下內容平台「企鵝號」推出「版權合夥人」計畫，透過自動監測與版權維護功能，對平台上的原創、獨家、首發作品進行 24 小時全網監測，即時將抄襲或搬運的行為回報作者，以更好地保護內容創作者的權益。此次的版權合夥人計畫則更升一級，除了上傳作品優先監測，發現侵權也無須經過作者確認的步驟，就能讓平台認證通過的創作者享有自動侵權賠償等功能。

資料來源：騰訊 (2018-11-1)

<https://om.qq.com/notice/a/20181101/007914.htm>

【新媒體/商業模式】



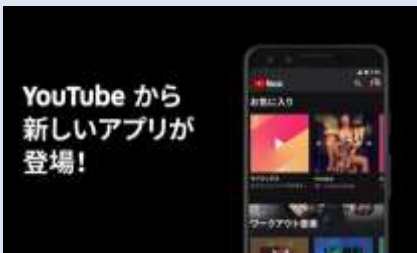
YouTube 在美國開始提供免費電影串流服務 重塑廣告生態

YouTube 日前悄悄上傳約 100 部好萊塢電影，大部分是已經不能帶來明顯獲益的老舊經典，以測試插入廣告的免費電影獲利模式。過去 YouTube 上由片商提供的合法電影均是透過 YouTube Premium 付費收看，現在 YouTube 在美國以測試性質推出免費電影，吸引觀看優先，希望以經典電影重塑平台內容良莠不齊的廣告生態系。

資料來源：TechCrunch (2018-11-16)

<https://techcrunch.com/2018/11/16/youtube-quietly-added-free-ad-supported-movies-to-its-site/>

【新媒體/商業模式】



YouTube Music 在日本開始提供服務 挑戰傳統唱片

YouTube 音樂串流服務平台 YouTube Music 自 6 月推出以來持續拓展服務版圖，目前宣布開始在日本提供服務，除了推出含廣告穿插的免費版本，也有無廣告且支援離線收聽與背景播放的 YouTube Music Premium 附費版本，而原 Google Play Music 的訂閱戶則不必額外付費就能享有各項服務，挑戰傳統實體唱片仍相當受到歡迎的日本市場。

資料來源：Musicman (2018-11-14)

<https://www.musicman-net.com/business/81278>

【新媒體/商業模式】



網易雲音樂融資超過 6 億美元 百度為戰略投資方

網易宣布旗下串流媒體平台「網易雲音樂」已完成一輪融資，總額超過 6 億美元，投資者包括百度，而網易仍是控股股東。網易雲音樂自 2013 年 4 月推出以來，擁有 6 億多註冊用戶，在過去 12 個月就增加了 2 億，在用戶留存率與使用時長方面均處於市場領先地位；網易也支持原創音樂家，目前平台已擁有 7 萬名獨立音樂家上傳的 120 萬首歌曲。

資料來源：新浪網 (2018-11-12)

<http://finance.sina.com.cn/stock/usstock/c/2018-11-12/doc-ihmutuea9544247.shtml>

【政策情報】

中國-文化和旅遊部

文化和旅遊部、財政部 引導社會資本參與文化領域 PPP 項目

中國文化和旅遊部、財政部合作推出「關於在文化領域推廣政府

和社會資本合作模式」的 PPP (公共私營合作制) 項目，重點包括但不限於具有一定收益性的文化產業集聚發展、特色文化傳承創新、公共文化服務、非物質文化遺產保護傳承以及促進文化和旅遊、農業、科技、體育、健康等領域深度融合發展的文化項目，以推動政府職能轉變，創新文化供給機制，引導社會資本積極參與文化領域 PPP 項目。

資料來源：(2018-11-13)

http://zwgk.mct.gov.cn/auto255/201811/t20181123_836209.html?keywords=

【政策情報】
中國-文化和旅遊部

中國「十二五」國家科技支撐計畫「文化雲服務平台」示範
文化部組織的「十二五」國家科技支撐計畫「文化雲服務平台關鍵技術研發及應用示範」在北京通過驗收。該項目針對公共文化數位資源建設標準缺失等等問題，研發區域公共文化雲端服務平台，整合區域數位文化資源，開發面向文化演出和培訓的多媒體展示、基於產品識別的線上線下智慧終端、基於位置服務的文化展館訊息軟體等，實現了區域內隨時隨地獲取公共文化訊息的目標。

資料來源：(2018-11-16)

https://www.mct.gov.cn/whzx/bnsj/whkjs/201811/t20181116_836037.htm

【政策情報】
中國-國家廣播電視總局

廣電總局加強廣播電視和網路節目管理 控制偶像養成類節目
中國國家廣電總局發布《關於進一步加強廣播電視和網絡視聽文藝節目管理的通知》，針對廣播電視和網絡視聽文藝節目健康有序發展，提出了全新要求，堅決摒棄以明星為賣點、靠明星博眼球的錯誤做法，嚴格控制偶像養成類節目、嚴格控制影視明星子女參與的綜藝娛樂和真人秀節目。

資料來源：(2018-11-9)

http://www.nrta.gov.cn/art/2018/11/9/art_113_39686.html