

第四章 台灣同人誌次文化的全球在地化發展

本章以歷史文獻輔以訪談，陳述與分析台灣同人誌的發展與變遷歷史。從台灣漫畫受漫畫審查制度箝制而造成的斷層開始，日本漫畫與漫畫同人誌被主動引進至台灣社會，除了自創外的演繹同人誌便效仿而現；而這就是台灣同人誌次文化發展會和日本與漫畫業界有所牽連的開始。隨著交流空間的出現、傳播科技的進步以及漫畫業界環境的變化，台灣的同人誌次文化逐漸成長，其中同人誌販售會的定期化與組織化更是一大轉折。當同人誌販售會興起後，在特定時間內讓各種類型的閱聽人、創作者以及多種類別和文類的同人誌逐漸浮出水面共聚一堂，在人與物相互交流影響之下，同人誌販售會如火車頭般牽動同人誌次文化的發展興衰，鋪陳出一路走來的變遷軌跡。

第一節 台灣同人誌次文化之興起

林依俐(2003a)認為台灣最早的漫畫同人結社，應為葉宏甲、陳家鵬、王花、洪晁明與林何世在 1940 年於新竹組成的「新高漫畫集團」，時為高中生的五人時常發表創作，在新竹地區藝文界小有名氣。他們於 1945 年與黃澤祖合力興辦台灣光復後第一本藝文同人雜誌《新新》，發行兩年，每期有固定兩頁的漫畫，是台灣於戰後的第一本藝文同人雜誌，堪稱台灣漫畫同人誌的先驅。1949 年至 60 年代初期，雖然台灣漫畫出現第一波興盛期，但戒嚴對人民集會結社與言論自由的限制，卻使得一般漫畫同人甚或台灣文學同人都不易組織，漫畫同人或受到商業漫畫興盛吸引而直接投入業界創作或學藝。不過，1966 年國立編譯館頒佈了俗稱「漫畫審查制度」的「連環漫畫輔導辦法」，將國人商業漫畫幾乎扼殺了近二十年，不但審斷了台灣漫畫風格的命脈(洪德麟，2003)，亦打擊到業餘同人界的創作風氣，迫使漫畫家或有志於此的人才轉往漫畫以外的領域發展。當時漫畫出版社為了生存而以日本的盜版翻譯漫畫送審，竟然比本土漫畫還易通過，日本盜版漫畫在台灣市場的佔有率因此大幅增加，東立、大然等出版社也在當時打下基礎。直到牛哥發起抵制日本漫畫的「漫畫清潔運動」論戰以及政治上的解嚴，80 年代台灣本土漫畫創作才展現出另一番活力。

然而，因為政府政策所造成的漫畫文化斷層而難以接觸過去本土漫畫的青少年，由於成長過程中閱讀的漫畫絕大部分為日本盜版，自然形成了與過去漫畫同人不同的創作習性和文化。高中職裡開始成立零星的漫畫社團，跨校園的大型漫畫創作團體在 1980 年前後也於各地出現，成員動輒數十人，主要是聚會交流切磋

畫技，將作品集結出書的風氣並不盛，也許是因為當時出版社舉辦新人獎並鼓勵投稿，使得一般同人參與比賽或投稿的意願頗高（林依俐，2003a），也的確有同人因此躋身業界。當時的漫畫同人創作，其實是偏於自創方面的磨練，與現今的同人誌次文化面貌頗為不同。90年代後，台灣近代同人誌次文化的形成原因，可以從下列幾方面來觀察。

一、國內出版社處理日本漫畫的方式

台灣漫畫業界於1992年正式進入版權時代之前，在政府對日本影視出版品的管制政策、以及日方多半不願授權的情況之下，所有流通在市面上的「翻譯版」日本漫畫皆為盜版。然而，新聞局雖明令不得進口日本漫畫，但國立編譯館卻出現對國內漫畫審查嚴格、日本盜版漫畫反倒寬鬆通過的矛盾審查情況。在商言商，台灣漫畫出版業者轉而大量引進日本盜版漫畫於市。由於盜版成本低廉，出版社不但能將許多日本人氣作品集結成書，或以量多價低的方式促銷，國產漫畫雜誌無論出稿速度或價格皆難以與其競爭，間接延續了日本漫畫在台灣漫畫市場以及讀者閱讀習慣的優勢。

1988年末，金歡樂（大然出版社的前身之一）當時在盜版的《聖鬥士星矢》單行本第25集起，為了減少原漫畫回數的份量藉以縮短出版週期，在單行本中放入約佔1/4到1/2比例不等的「星矢小劇場」（林依俐，2003a），著實開了台灣漫畫迷的眼界！「星矢小劇場」即為刊登日本許多《聖鬥士星矢》演繹同人誌的單元，「同人誌」之詞也出現在作品人物的對話之中，不少受訪者如蘇微希、伊達朔弓、亞力皆表示這是第一次接觸到「同人誌」的形式或詞彙。這些日本同人誌因為內容詼諧爆笑，受歡迎程度甚至與《聖鬥士星矢》不相上下。

後來金歡樂還出了《鎧傳》的四本日本同人誌，封面上打出「同人誌」一詞，更讓讀者確知這種作品就叫同人誌。因此，「同人誌是『把喜歡的漫畫劇情或角色，拿來創造出自己想要的故事』」這種狹義演繹派的定義，就是從這時起在台灣漫畫圈中傳開。

二、國產商業漫畫環境的變化

80年代隨著敖幼祥《烏龍院》的熱潮，許多出版社開始舉辦新人獎來培養國內漫畫家班底，例如尹士曼（大然出版社前身之一）的《小咪漫畫週刊》除了登載日本盜版漫畫，也介紹一些漫畫技法與工具，並舉辦小咪新人獎，發掘出游素蘭、高永、張靜美等少女漫畫家。時報出版的《歡樂漫畫半月刊》也使鄭問、麥仁杰、阿推等現在知名漫畫家從此走紅（洪德麟，1994）。80年代末期，又一波漫畫雜誌熱潮，包括《漢堡漫畫》、《星期漫畫》、《週末漫畫》都給予國人漫畫家發表創作且更加走紅的舞台，有志於漫畫之路的同人不免躍躍欲試。90年代初，許多早期同人社團紛紛聚結，如「A.D.T」；王宜文、星亞、劉曉蓓、沈蓮芳等人的「地平線」；咎井淳姊妹等人的「C.A.T」；游圭秀等人的「綠次元」等同人界元老級社團，大專院校中各種以創作或研究交流為主的動漫畫社團也紛紛成立（林依俐，2003a）。1992年東立推出的《星少女》本土漫畫月刊，許多連載的漫畫家就是同人社團出身，如王宜文、木笛、歐碧鳳等，她們也獲得同人界朋友的支持或以同人誌來應援。伊達朔弓便是參加王宜文的座談會而認識了一群談得來、有在畫圖的漫迷，進而組團切磋、將大家的作品集結成冊。

90年代初期，有些漫畫雜誌或動漫情報誌，如《漢堡漫畫》、《神奇地帶》會設立社團交流專欄讓同人們交流情報、活動或作品資訊，《神奇地帶》還有「同人夢工房」等主動介紹各地同人社團活動的專欄，也推廣了同人誌的詞彙與相關活動的能見度。

不過，到了90年代中後期，國人漫畫的熱潮隨著走紅作品的結束或中止而漸退，加上出版社雖有意培養自己的班底，但對新人的培育與規劃卻缺乏遠見、流於短線操作甚至壓榨。隨著市場的萎縮，國人漫畫家或新人發表作品的機會與空間也逐漸減少。而此時日本漫畫《幽遊白書》、《灌籃高手》的熱潮又席捲台灣漫畫界，同人界更幾乎充滿這兩部漫畫的愛好社團與衍生同人誌，不但間接讓販售會數量增加，自創作品比例也從此降低，台灣漫畫界與同人界從此主流仍是日本漫畫。大然出版社曾經出版《傾國怨伶同人誌集》、《傾國怨伶同人誌集2》、《火王同人誌全球傑作集》三本集結同人作品的商業誌，但在《火王》完結且熱潮消退後，國人漫畫的演繹同人誌幾乎消失，近年來只有零星的作品出現，一方面也多少代表著國人漫畫的流行度十分有限。

三、傳播科技的進步：印刷、電腦與網路

早期同人創作幾乎都是手工本，自己影印、自己裝訂，想做黑白或單色印刷必須花費不少金錢，更奢言全彩印刷。後來印刷技術進步，成本隨之降低，同人想做印刷本已不是難事，更出現不少講究印刷加工技術的作品，馬克杯、抱枕、T-shirt 等影像轉印的周邊產品也越見多元。當印刷廠接同人誌的經驗越來越多，與同人互相配合後的技術處理也越發精緻，不少同人的印刷相關知識便是和印刷廠討教而來。手工本在今日反而成爲難得一見的珍品。

電腦繪圖軟體的普及與進步也是一樣，對同人創作在花費與形式上有很大的助益。早期網點、專用畫筆、紙張等畫具與耗材缺乏，價格不菲，部分同人乾脆另花時間手工自刻網點，或用影印膠膜重製，只是效果當然較差。後來電腦網點出現、普通網點價格也降低，各種電腦繪圖軟體近年來更一一推陳出新。創作技術門檻的降低，讓同人創作更加便利，速度和形式上都有所突破。

今天電腦的話能做的事情其實是滿多的，譬如說畫彩稿啦或是什麼東西的時候。而且譬如說手稿，漫畫要用到網點嘛，那網點其實是頗耗錢的東西，可是在電腦裡面你可以無限貼這樣，貼到高興（笑）。所以也間接省了不少經費，讓比較沒有經驗或剛投入的人不需要投入那麼多經費在畫材或這些東西上面，所以幫助還滿大的啦，電腦我覺得有滿大的影響。（MW）

個人電腦、網際網路的普及化以及 BBS 的興起，加快了同人彼此聯絡的速度與方便性，不再限於要在漫畫便利屋等定點貼公告、或在漫畫雜誌的交友或社團募集欄裡才能傳遞資訊與交流。同人在網路上的聚集，也增加了部分網路族群對於同人誌的接觸機會，再度擴大了同人的數量。

這些傳播科技的進步，皆有助於同人除了掌握自己的生產力外，還能在自己能負荷的範圍內逐步掌握生產工具。同人賴以交流的媒介，也從漫畫雜誌轉變爲自己印刷的小傳單，以及網路上的個人網站、電子報、部落格等等。只是在實體上，同人仍需要空間來進行交流、交換或買賣。

四、同人誌交流空間的出現：從漫畫店到販售會

1989年9月，大然的第一家阿克（ACCO）漫畫便利屋在天母開張。漫畫便利屋集合了各種漫畫雜誌、單行本（有的也引進或代訂國外作品）甚至作畫工具，提供了創作者方便取得工具、材料與學習對象的管道，在90年代也開始具備交流場所、放本、寄賣的定點空間功能。

當時開始有同好聚集的漫畫便利屋，除了阿克之外，還有之後國內最大連鎖漫畫便利屋的捷比。由於同人皆為熱愛漫畫的消費者，在業者同意下，便開始在漫畫便利屋內擺放心得筆記本或自己的作品來尋求同好交流，對店家來說也是某種程度的互惠。在本研究中，許多受訪者便是經由這樣的管道得知同人誌的存在，如黑白劍妖、上条隼。在漫畫便利屋裡也可以藉此認識同好，因此而被介紹認識同人誌或踏入同人界，例如小道即因為國中時在台中的漫畫便利屋認識的朋友買了日本同人誌，某天借給她看後才知道何謂同人誌。上条隼和MW都曾在漫畫便利屋等處擺本子¹放自己創作的圖，也可以觀看別人的本子或留言，覺得很合或有興趣就會照上面的聯絡方式交筆友，藉此慢慢認識更多同好，甚至合出作品或同組社團。

台北火車站附近的重慶阿克、ESP 漫畫店在 1995 年前便聚集了一群早期同人，如「秘密結社」、「C.A.T」等等。ESP 收掉的時候，恰好千業印刷廠在附近開張了，有同人過去印東西，千業的老闆謝哥才第一次接觸到什麼是同人誌，在瞭解之後便非常樂意幫助這些年輕朋友，以正面的態度看待同人的漫畫創作與娛樂。在謝哥的熱情與配合之下，去千業送印或聚集交流的同人越來越多，走廊與牆壁上貼滿了同人的作品。後來在鄰居多次抗議聚集人潮的吵鬧與困擾後，謝哥又租下了隔壁一個房間專讓同人放本及聚會交流，使千業在90年代後期一度成為台北最大的同人交流地，在同人界名氣十分響亮。

同人社團之間本就會進行作品的交流切磋。某些較具組織的同人社團，會在速食店、泡沫紅茶店等消費低廉、適合一起畫稿的地方不定期聚會。不過，隨著同人社團數量的增多，原來的場所空間不足以讓人數多一點的社團好好展示或交流彼此的作品，漫畫便利屋的熱潮也逐漸消退，不少店家紛紛結束營業，同人便開始尋求其他交流與販賣/寄賣的方式。在網路興起與科技不斷進步下，其文字與圖畫傳播的便利性、低成本及無限空間的可能，使網路成為同人平日交流的最大管道。此外，近年陸續有同人自己經營起同人誌或動漫相關店家，如台北的葫蘆

¹ 同人所謂的「本子」意指有自己塗鴉或畫作的筆記本，許多人也會預留留言空間或附上留言本，同人間留言對話的風氣很盛，不但可以藉此認識新朋友，也出現許多人合力接棒完成一張圖的玩法。最有趣的是在不同留言本的末頁上畫自畫像及放一些話，最後還可以將這些不同本子上的話串連起來，變成一個小故事（許昕瑜，2003）。

書坊、茶哩貓，前者還有代訂/代購日本同人誌的服務項目。某些動漫畫精品店也會讓同人寄賣，如台大附近的綠林寮。

同人誌販售會則具有在特定時間內大量聚集人潮交流與買賣的特質與優勢。一開始可能是由幾個社團自行籌辦小型的原稿展或聚會，此時參與人數不會太多，來的都是「內行人」等親近的同好，互相傳閱作品或分送交換。當人數漸增時，酌收工本費也成為大家互相體諒的共識，而作品精美優質的社團或作者也會在口耳相傳下名氣漸增，供需關係慢慢出現。加上資訊管道的增加，前來參與聚會的社團和消費者只會越來越多。

根據林依俐（2003a：69）的說法，1991年在台北士林一刻館就舉辦過漫畫祭同人誌展示會，南部社團「惡之華」1992年辦過漫想漫畫創意展，而1993年8月在松山外貿展覽館，出現一場參展社團達30個左右、以模型漫畫展的形式舉辦的聚會，除了展示模型或書籍，也有約20個同人社團聯合承租一小部分的攤位來販售同人誌，至1995年間在同一地點總共舉辦了三次。本研究的受訪者內，蘇微希與亞力當初都曾經去過這場具歷史紀念性的綜合性活動。

除此之外，1995年台大卡漫社也主辦過「台大漫畫夢工廠」。目前同人界內較有共識與文字紀錄的第一場「純粹」的同人誌販售會，是1996年由「超級橙組」在台北熊寶寶紅茶屋舉辦，此時，台灣同人結社出本的模式也差不多固定成形。

同人誌販售會的形式，在接下來近十年間出現頗為巨大的變化，主辦單位由早期的同人社團轉變成為以商業公司舉辦為主流，期間出現了一連串競爭的手法，並影響到整個同人界的生態。有關於同人誌販售會的歷史與變化，下一節將會詳細說明。

以上對於台灣同人誌發展的梳理，都集中在漫畫創作上，這也是受了日本當時對漫畫同人誌的概念影響。其實，台灣同人誌次文化中一大獨特族群：布布，其發源之早與漫畫同人不相上下。從1992年黃強華、黃文擇共同創立「大霹靂節目錄製有限公司」，製作並發行霹靂系列布袋戲錄影帶開始，台灣布袋戲進入另一個時期，透過生動的劇偶設計、正邪對立的劇情，以及融合了電影甚至動漫畫手法的聲光效果、影音表現、剪接攝影方式，將布袋戲此一傳統文化改裝成為適合電視螢幕及新生代收看習性的劇集。黃文耀此時也推出走科幻風格的天宇布袋戲。1994年霹靂成立官方戲迷組織「霹靂會」，各種人物的後援會也紛紛成立，此時可能就有戲迷開始從事同人創作。約在1996年前後，霹靂與天宇布袋戲的劇集進入高峰，加上BBS與大專院校的布袋戲相關社團紛紛成立，吸引許多學生族群觀眾；就此熱潮，布布也開始出現在剛興起的同人誌販售會中。而且或許因為布袋戲的台詞即富文學性，就讀中文系的布布同人有相當高的比例，布布的同人誌

小說數量甚至文學性質也比其他類別高出不少。

不過，雖然布布很早就出現在台灣同人誌販售會上，有部分同人卻因為受近代日本 ACG 同人誌為主流的現象與解釋影響，認為同人誌是專屬 ACG 的範圍，對布布「參雜」在同人界中有所微詞，曾出現些許爭議。

由於近年來網路、有線電視等媒體環境發達，許多流行文化資訊的接收與傳遞變得方便且多樣。加上同人誌販售會的規模與舉辦速度都不斷成長，間接刺激了同人創作的多量、多元以及細分化。除了 ACG 與布布之外，在某些時期，某個種類的同人誌會大量興盛，例如日本視覺系樂團潮流盛時，台灣也出現不少視覺系樂團類的同人誌，但最後也隨著熱潮的退去而逐漸消失。《哈利波特》2000 年在台發行中文版，開始有零星的同人誌出現，直到 2002 年《哈利波特》與《魔戒》的電影先後上映，這股奇幻類型的風潮馬上席捲同人界，並影響到後來電影類別同人誌逐漸興起，如《神鬼奇航》、《霍爾的移動城堡》、《功夫》、《無間道》、《巧克力冒險工廠》等好萊塢、日本、香港電影都有同人創作同人誌，只是未如《哈利波特》與《魔戒》般掀起創作與消費的一窩風熱潮。

同人在創作上一方面包容性很強—例如 2002 年才出現在 FF1 會場上的 SD 娃，看似與同人誌沒什麼關係，後來卻迅速成為同人誌販售會裡的一個類別，同人可以養娃、畫娃或替娃 cos；另一方面卻仍帶點迷的區辨與排他性，而這正是偶爾傳出某些類別同人相輕的原因之一。

第二節 台灣同人誌販售會—創作夢想的火車頭

一、同人誌販售會的角色與功能

從 90 年代中期開始，同人誌販售會即成為同人最重要的展示與交流時空。對同人而言，同人誌販售會的角色與功能可分成下列幾個角度來感覺：

(一) 展演的舞台

對身為創作者的同人而言，同人誌販售會是她/他們最重要的創作出口與發表空間。當同人拖著裝滿作品的行李箱前往販售會場、在自己的攤位上布置、等待販售會開放一般觀眾入場時，創作者與創造物皆一同站上了既是單方面展演、也是

雙方面互動的真實舞台。

這是一個活動的平台，而這個活動雖然好像很歡樂，但是它也是最殘酷的一個活動，因為這些作家每個月都要來這個活動，就要見真章，我這幾個月來的努力到底能不能獲得同好的認同、獲得一般入場人的認同？這是對參加活動來說滿重要的。……我們這些活動純粹的就是你在會場上靠你自己的實力，所以算是一種實力主義的活動。(目櫻)

對有心成為漫畫或小說家的同人而言，這也是一個往夢想前進的舞台。

你在同人誌會場可以實現你的夢想，它也是你生活的一部份。也有人是一部份，也有人想要跟著走這個可能就佔了他的大部分，也有人只是把這邊當成一個夢想的平台。譬如他想要當漫畫家，可是現實...他不可能有出版社畫他的東西，他就只好自己去印，然後拿到這邊賣，即使讀者只有一兩個，可是他也滿足他的夢想，就是這樣。(布萊特)

我是覺得只是...讓一些青少年去想辦法去...應該說是那些青少年去做自己想要做的東西吧。因為像很多人就是想說我想要當個漫畫家，但是我不可能是個職業漫畫家，因為台灣沒有那麼...台灣那麼小，不需要那麼多職業漫畫家，講難聽一點，然後功力又不行，他可以趁這個時候給自己一些磨練，因為你在...因為像畫圖這個東西就是一直畫一直畫才會一直再進步，有些人可能會想說我只是在做這件事，我只是在想做我有興趣的事情。那另外還要說有什麼影響，我覺得基本上就是給青少年一個發揮自己興趣的地方。(kimera)

觀眾對同人的回饋也許是翻閱的行為，也許是言語的交談，但「銷售」卻是最直接的鼓勵與滿足感。以經濟面向來看，這舞台的確也是一種市場。

以前網路不發達的時候，你去接觸同人誌的機會很少，你根本沒有辦法平常去接觸同人誌，就只能在販售會的時候才能一次跟所有的同人誌做接觸，所以它是一個很重要的管道。……販售會除了展示自己的作品，也銷售自己的作品。我覺得銷售是最直接的鼓勵，因為你把你的...我們不要太資本主義化(笑)，你自己辛苦的代價換成真實的錢放在手上、放在荷包裡，那種是滿足感，所以它會刺激你繼續去創作、刺激你的熱情，所以那是很重要的。(黑白劍妖)

（二）情感的聚集、交流與抒發

在有限的時間與空間中，同人誌販售會聚集了高密度的人群，創作者、讀者以及其他的創作者之間不但能進行作品的買賣與切磋，基於相同喜好上的人際交流也是重要的情感愉悅來源。

當然社團可能有很多是為了賣東西啊，當然不可否認一定有很多想要同好交流的，但是也有一部分是為了去販售的，我覺得大部份人都是去感受那種販售會的感覺，就是有一種好像一群人一起到這個地方來、一起享受那個玩樂的感覺，我覺得現在已經很少這種讓人很期待感的東西了吧！而且是人跟人之間，我覺得啦，而且也算是一個交朋友的管道。我發現現在很多小朋友都超人來瘋的，就是很活潑這樣，就是可能因為有共同的話題，他就對你特別的活潑，可能他在學校根本不是這種，對啊，算是一個讓人交朋友的地方也可能。（小光）

同人誌販售會也是一個迷的次文化空間。在這裡，迷可以大聲宣告及表現自己的喜好，無論是藉由展示再創造的作品、消費或是 cosplay。在這裡，會對迷指指點點認為不正常的人，才是真正的不正常，也不受到同人的歡迎。在販售會裡所聚集的情感，正是一種延續或點燃著迷熱情的團體動力；如同亞力認為，就是「因為同人誌販售會，然後讓這些人聚集在一起，所以對那個東西的喜歡、喜好才會持續下去」。

（三）生活中的規律（regularity）

（同人誌）等於說是半年一度的盛事。……同人跟同人、同人跟讀者（的交流）都有，會聚集一些對這方面有相同喜好的一群人，終於有一個理由可以聚集。（毒菇修）

從遞交販售會報名表的那一刻起，同人的創作時間表就依照販售會的舉辦時間而打量。對其他一般消費者、或暫時不創作的同人而言，同人誌販售會仍是一個幾乎非參加不可的重大娛樂事件甚至祭典，或者「買書的一個統一的時間吧」（小道）。

其實參加販售會就可以不讓人發懶，因為有時候雖然想做一些東西，但是有空或假日時不然就是不想做、發懶...參加販售會可以鞭策自己把東西做出來。（kimera）

我覺得販售會有一種買賣相長的效應，前面有人在排隊，後面的看

了也跟著排隊.....那種祭典的效應啦，總要來帶紀念品走嘛，來這個地方就給帶一點紀念品走啊.....來買一本價位又很低，給自己一點不同的回憶啊，有時候我不是在講這個作品在講什麼，而是直接講「來了活動就帶點紀念品回去嘛～」、「這個祭典帶點東西回去做紀念嘛～」，好像賣紀念品。你做書的時候是一回事，賣書又是一回事，畫書的時候不擇手段把它畫到最好，賣書的時候就要不擇手段把它賣光光，我都管它什麼方法，反正要賣掉就對了。(VIVA)

對眾多形形色色同人而言，每個人或有不同的理念與堅持，販售會對她/他們的機能多少也因人而異。對內，同人誌販售會能將次文化裡的創作者、消費者與創造物聚集在一起；對外，同人誌販售會除了扮演與外界某些機制或媒體互動的橋樑角色，也公開了場地與機會讓能和同人誌或 cosplay 生產消費體系有關的個人工作室或組織有進入設攤的機會，成為促使同人誌次文化產生變化的重要因素之一；亞力認為台灣的同人誌能夠快速發展的這麼大，主要就是因為同人誌販售會。從以下對台灣同人誌販售會歷史更進一步的描繪，我們將可發現為何 VIVA 認為同人誌販售會有一種「火車頭推動」的指標作用。

二、台灣同人誌販售會的十年歷史：1996-2005

以下將 1996 年至 2005 年的同人誌販售會列表整理，並逐年說明它們的興衰。

表 4-1 1996 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
1996/10/13	秋日派對	超級橙組	台北，熊寶寶紅茶屋

資料來源：布萊特，2005。

雖說從 1991 年開始就有零星的社團交流展示聚會，1993 松山外貿展覽館的模型漫畫展中也有社團擺攤交流，但這些多半是屬於綜合性質的集會活動。目前同人界公認真正以同人誌販售會為主軸的活動，多半是以 1996 年這場「秋日派對」開始算起。「秋日派對」選擇在紅茶屋中舉辦，可見其規模頗小；有些社團的交流展示會，也常會選擇在泡沫紅茶店、咖啡廳或簡餐店來舉行，交流之餘也可以喝茶休息，休閒娛樂的感覺很重。

表 4-2 1997 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
1997/02/16	綠次元大爆爆同人誌販售會	綠次元	台中，台中聯盟基督書院
1997/02/22	春日派對	超級橙組	台北，台北火車站 6 樓
1997/07/19-20	97 相聚夏日	翔御無幽漫研社	台北，台北火車站 3 樓
1997/08/23-24	OX 王朝・夏日祭典	OX 王朝	台北，民眾活動中心
1997/08/24	輔大漫畫祭	輔大漫研	台北，輔大體育館
1997/10/25-26	Comic World 1 (後簡稱 CW)	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，民眾活動中心
1997/12/28	The ACG Wonderland 同人紀元 1997	ACG Station	高雄，SEGA World

資料來源：古孟釗，2004；布萊特，2005。

繼秋日派對之後，接下來四場販售會都是由同人社團所舉辦，這也正是最早期同人誌販售會的雛形。由於活動場次不多，只要一有活動，同人們經常南北奔波互相捧場。1997 年首場販售會「綠次元大爆爆」在台中舉辦，當時即有北部同人包遊覽車下去參加。根據古孟釗（2004）的訪談，該場也是布袋戲的 cosplayer 首次出現在同人誌販售會上，是一個重要的里程碑。當時參加過這些同人主辦販售會的，在本研究至少就有小光、kimera、駒川野、MW、伊達朔弓、上条隼、小道、亞力等，她們都是資歷將近十年左右的同人。

1997 年裡還出現兩件大事，一是台中與高雄開始有販售會的紀錄，二是日本 SE 株式會社來台，與當時的捷比漫畫屋合作舉辦 Comic World。日本 SE 株式會社成立於 1984 年，主要是生產畫材、網點與繪圖相關產品的公司，在日本自 1996 年起開始舉辦同人誌即售會 Comic World。由於台灣市場對日本漫畫的高接受度一直為 SE 所注意，而之前台灣同人社團開始舉辦活動的活躍、創作人口的漸增，讓日本 SE 株式會社認為台灣的同人文化正在萌芽，評估後認為台灣是值得投資經營的市場，主要業務一樣是販賣網點與漫畫作畫工具，而 SE 想舉辦同人誌販售會最主要的原因就是推展同人文化，鼓勵社團創作來拓展事業，SE 認為不論是短期的利益或長遠開拓漫畫創作市場都是有意義的（伊格爾，2005b）。SE 前員工亞力證實了這項動機。

那個時候 SE 他們公司主要的理念就是他今天辦活動，他辦活動主要目的是要賣畫材。因為你社團有在創作，畫材才會有人用，所以他辦活動主要是為了他們公司的畫材，他的主要目的就是讓社團持續有人在創

作，或是創作的人越來越多，對公司來說會比較好，所以他會比較傾向在這個部份。(亞力)

因此日本 SE 株式會社找上了總部在新竹的捷比漫畫便利屋合辦 Comic World 同人誌販售會(簡稱 CW)，不過由於承辦運作的人員以捷比員工為主，因此到 2000 年主辦單位掛名都是捷比。CW 可說為台灣日後的同人誌販售會奠定了各方面的基礎，例如兩日活動的設計、販售會規則的建立、活動與空間的規劃品質等等，都是 CW 引進日本規範與結合台灣風俗慢慢調適而成形的，在當時也是對之前小型社團販售會形式的一種改革。CW1 並首開在台灣以商業資源進行宣傳的手法，並通知媒體前來採訪(古孟釗，2004)，種種原因使得 CW 在同人界的知名度很高，在台灣「CW」幾乎成為同人誌販售會的簡稱。

而高雄的首場活動主辦單位 ACG Station，則是南部規模頗大的一個同人社團，在高雄也常舉辦同人誌或 cosplay 的交流會，後來並協助導航基金會舉辦同人文化節，許多成員到目前仍活躍在台灣 ACG 相關業界。

表 4-3 1998 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
1998/02/07-08	CW 2	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，民眾活動中心
1998/03/08	櫻花季	翔御無幽漫研社	台北，劍潭青年活動中心
1998/04/25-26	同人文化節	導航基金會 ASABLUE Club	台北，舊台北酒廠
1998/05/30-31	CW 3	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣師大體育館
1998/07/10-11	同人誌大戰	翔御無幽漫研社	台北，民眾活動中心
1998/07/12	漫畫機動祭	不詳	高雄，高雄鳳山婦幼館
1998/08/08-09	CW 4	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣師大體育館
1998/11/14-15	CW 5	捷比漫畫科技股份有限公司	高雄，高雄中學體育館
1998/11/28-29	同人文化節二	導航基金會	台北，西門町萬國百貨7F

資料來源：古孟釗，2004；布萊特，2005

台灣同人界的能量，在此時又引來了一些外界的注意。導航基金會創立於1980年代，原本是協助考生做落點分析選擇校系，後來有感於這樣似乎只能服務部分優勢青年學子，便開始進入各高職學校舉辦生涯輔導等相關活動，也關心青少年族群的活動，例如街舞，希望能為青少年族群提供學校體制以外的活動空間（伊格爾，2005a）。

導航在接觸到同人活動後，秉持輔導、關心與支持青少年正當休閒娛樂的出發點，在1998至2001年總共舉辦了9場「同人文化節」，讓同人社團對社會有一個發表的空間。由於導航基金會向青輔會申請到一筆經費而採取入場免收費，與捷比當時採取漲價的手法不同，並請一些資深玩家當工作人員，改善當時CW的一些流程缺點，企畫較為活潑的舞台活動等等，倒也吸引了不少人潮與社團的支持，與CW分庭抗禮。

（研：那個時候 CW 有什麼弊病？）嗯～活動辦久了嘛，那當然活動的缺點就會一個一個出來，比方說服務怎麼樣啦，或者是說活動的流程規劃也比較死板啦，那個時候導航一出來的時候，它在活動的規劃上會很活潑，它會規劃很多不一樣的活動。（研：很多企劃的活動？）對，所以大家覺得它辦的很好。……它的舞台活動是做的不錯……那個時候我記得就是整個活動的規劃和一些附加活動的規劃都是...導航全盛時期的時候都是贏過 CW 的。（HIRU）

導航基金會的工作者雖然抱持著尊重同人的心態，辦活動也十分接納同人的建議，但她/他們是以教育工作者的角度來看待同人誌次文化，將其定位成青少年、學生有自主、熱情、創意與創造力的文化活動，有能力打破升學主義的藩籬而另造出路。

導航基金會看到，這群同人文化愛好者自主慾望實踐的動力，強大到穿透了社會、教育體制的藩籬箝制，在教育文化沙漠外，開墾了一畝秘密花園，長出美麗的花朵。他們自主集結，不需花太多錢就可以擁有生命的彩筆，或實現自己的裝束，同人世界中，每個人因為自己的喜好而有信心、美麗、驕傲（林益民，2003a：141-142）。

在這樣的心態下，導航頗為積極地想幫助或推廣同人活動，希望社會大眾能認識、接觸進而尊重同人活動，也接受媒體的採訪報導。不過在4月19日舉辦西門町cosplay大遊街後，一些同人下午在KTV裡的續攤被東森電視台「驚報台灣」節目製作單位採訪，但播出後被移花接木，將受訪者全描寫成夜不歸營的青少年。這起事件在同人界中引起對媒體扭曲或不實報導的強烈不滿，導航的工作人員雖有向媒體抗議要求澄清更正，但從此有部分同人對於導航引來媒體報導的趨勢頗

為抗拒與批評，且不滿意導航對媒體介紹同人誌與cosplay的定義或解釋。

雖然導航後來有請ACG Station及中山動畫社協辦活動事宜，但導航非正統同人界出身，加上前述事件中對同人誌與cosplay的異同常有所誤解，且所秉持「扶持青少年正當休閒娛樂」的角度與意圖會讓部分參與者感覺「做表面活動」，並且對於將同人誌和青少年畫上等號不表贊同。

在CW方面，當時一度面臨場地無法使用的問題，後來經過一番周旋與推動，終借到了台師大體育館，在往後好一段時間，台師大體育館都是代表台灣同人活動的場地，此時台灣的同人誌發展也進入了穩定期，不過活動還是集中在北部（布萊特，2005）。

CW此時並發生了一件影響後來台灣同人誌販售會發展的事件。在CW將場地遷移到台師大體育館後，曾以活動虧損為由，將攤位費由當時的每日每攤200元調漲至1000元，引起同人社團強烈反彈，轉而支持導航同人文化節的不在少數，使得CW3的攤位數反倒較前兩次減少。最後捷比在社團的壓力和財務的考量下，將攤位費調為每日每攤400元，這才使社團回流。然而，站在主辦單位的經濟考量，如果場地等費用無法由社團來均攤，勢必要在其他地方開源節流，例如企畫活動吸引更多一般入場者、找尋協辦單位或贊助商等等，也影響了販售會的內容。關於此點，之後會有更詳細的探討。

此外，12月24日有一場中都卡通台在台北新光三越信義店頂樓露台舉辦的「群魔亂舞」舞會，有發表告示邀請cosplayer參加，可見同人活動已經受到了相關業界的注意，並開始把cosplay當成一種公關活動的手法或工具。

表 4-4 1999 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
1999/01/09-10	Cross無邊境地帶	不詳	台北，劍潭青年活動中心
1999/02/06-07	掛山祭	拓草	彰化，彰化師範大學
1999/02/27-28	CW 6	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣師大體育館
1999/04/03-04	同人文化節三	導航基金會	台中，中興大學惠蓀堂
1999/04/04	仲春宴	PUSH	台南，中華日報總社
1999/04/10-11	WE同人誌展	不詳	台北，劍潭青年活動中心

1999/05/08-09	同人文化節四	導航基金會	高雄，高雄師大活動中心
1999/06/12-13	CW 7	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣師大體育館
1999/07/10-11	漫畫同人風雲會	不詳	高雄，漢神百貨
1999/07/31-08/01	CW 8	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣師大體育館
1999/08/07-08	漫畫嘉年華	新竹市政府	新竹，市立文化中心
1999/08/14-15	夏典	童話故事漫畫工作室	高雄，中山大學體育館
1999/08/15	夏之祭	不詳	不詳
1999/09/11	台中誠品同人誌熱賣會	捷比漫畫科技股份有限公司	台中，誠品龍心商場
1999/09/25	封神計畫	不詳	台北，劍潭青年活動中心
1999/10/09-10	成大動畫展	成大漫畫社	台南，成功大學
1999/11/27-28	CW 9	捷比漫畫科技股份有限公司	高雄，高雄中學體育館
1999/12/25-26	同人聖夜祭	中部同人誌交流協會	台中，國光國小國光堂

資料來源：古孟釗，2004；布萊特，2005

邁入1999年，同人誌販售會的數量突然較98年成長一倍，這是由於中南部的活動開始發展之故。彰化出現了第一場販售會「掛山祭」，帶動了中部地區同人活動的發展。接著導航的同人文化節也開始往中南部發展，挾帶較一般社團豐富的資源，在台中與高雄舉辦了規模不小的活動；CW也來到雄中舉辦。另外值得一提的是成大動畫展，其中由HIRU企劃了一個讓cosplayer們來玩的活動，雖然這次是屬於交流會，但也算是成大的第一場同人/cosplay活動，是日後台南最重要的成大系列活動之前身。

同人活動的能量，在此年也首次被地方政府所注意到。新竹首場同人誌販售會，就是由新竹市政府所主辦的，這也是台灣第一次由政府單位所主辦的同人活動。之後5月28日台北市政府在西門町人行步道舉辦名為「西門慶」的活動，則是屬於cosplay的比賽；10月30日統一企業旗下飲料輕鬆小品在西門町萬國百貨前廣場舉辦「輕鬆變臉秀」，同樣也是cosplay的走秀比賽。由此可以看出，經過導航、CW的經營以及媒體報導，同人活動在全國各地蓬勃發展了起來，而外界也開始認為同人活動是青少年文化中一個正熱的娛樂玩意，因此不只ACG相關業界，地方

政府或一般企業都開始將公關與行銷的腦筋動到這群看似活潑敢秀又有消費潛力的青少年身上。

當時同人界也開始注意到，販售會所帶來的影響已經不僅於過去單純的作品交流，還需面對社會各界的眼光與互動。導航的動作與CW的跟進，在網路上曾引起一陣討論，也爭執過到底是導航還是CW能帶領台灣的同人界發展等問題（布萊特，2005）。台灣的同人開始自覺到同人活動已不像過去封閉的小小眾圈子，同人界該如何與其他社會大眾互動，成了同人與社會都要學習與摸索的課題。

表 4-5 2000 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
2000/01/01-02	同人文化節五	導航基金會	台北，北市性病防治所
2000/02/12-13	CW 10	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣師大體育館
2000/04/29-30	CW 11	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，紐約紐約展覽購物中心5F
2000/05/27-28	同人文化節六	導航基金會 中山大學動畫社	高雄，中山大學體育館
2000/05/27-28	Comic Party 2000春	kuroha翔	桃園，桃園高級中學中正堂
2000/07/22-23	CW 11.5	捷比漫畫科技股份有限公司	台中，誠品龍心商場
2000/07/22-23	角色扮演博覽會	漢神百貨	高雄，漢神百貨
2000/07/29-30	夏典2	童話故事漫畫工作室	高雄，中山大學體育館
2000/08/12-13	CW 12	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣師大體育館
2000/08/20	COSPLAY嘉年華	德安生活百貨	台北，德安生活百貨
2000/10/07-08	CW 12.5	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心5F
2000/10/14-15	成大神無月	成大漫畫社	台南，成功大學
2000/10/28-29	CW 13	捷比漫畫科技股份有限公司	高雄，高雄中學體育館

2000/11/11-12	秋之楔	中部同人誌交流協會	台中，國光國小國光堂
2000/11/25-26	Comic Party 2	kuroha翔	桃園，桃園高級農工職業學校樂群堂
2000/12/16-17	CW 14	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，紐約紐約展覽購物中心4F、5F
2000/12/23-24	楓年祭	南之界學園	高雄市，十號公園（東金公園）

資料來源：古孟釗，2004；Cospho向上委員會<http://cospho.dyndns.ws/~zordius/>

經過前一年的蓬勃，2000年同人誌販售會的社團參展與一般進場數量趨於穩健成長，但導航同人文化節、CW兩大活動都面臨到在台灣發展的一個大問題：場地。導航在台北似乎一直找不到適合的場地，在西門町性病防治所前舉辦的同人文化節五是以露天的方式進行，正反兩面的評論都有，且部分同人對於在性病防治所舉辦活動感覺彆扭或不搭。

CW原本在台師大體育館經營的口碑不錯，但人潮越來越多，主辦單位管理越趨不易，並發生了少數cosplayer破壞場地的狀況，使得台師大終止租借場地。CW轉移到紐約紐約展覽購物中心舉辦，但百貨公司的場地並不像學校體育館一樣單純獨立且有腹地，進出口動線也不比體育館方便。但在台灣，空間適合、交通方便、租金又可負擔的室內場地實在太少，CW之後在SE的操作下就這麼在紐約紐約持續辦了4年。

由於CW的規模不斷成長，逐漸超出捷比方面所能負荷，日本SE株式會社在2000年在台灣成立直營的子公司「艾斯泰諾股份有限公司」，與捷比方面進行分流，以約兩個月就辦一次CW的方式輪流舉辦，希望解決社團塞車的問題，讓社團都有販售會可以參加。但這樣的作法，當時同人界中已經開始出現一些擔心台灣同人誌發展的規模似乎還無法負荷這樣頻繁的場次。而這個問題，在接下來一兩年間會更明顯。

另一方面，大學社團主導的定期活動開始萌芽。自去年的成大動畫展後，有鑑於台灣一直滿缺乏非商業性、非營利性的同人活動，HIRU和成大漫畫社的一些同伴，共同舉辦不收商業攤的成大同人系列活動。首先HIRU等人先籌辦了「成大水無月」的cosplay交流會，10月才舉辦了第一場純粹的同人誌販售會「成大神無月」。成大同人活動在成大校園內舉行，在成本低廉的情況下，能讓一般參與者入場免費，加上成大交通位置與周邊生活娛樂機能頗佳，之後漸漸發展成南部口碑極佳的同人誌販售會。

此外，中山動畫社也承辦了同人文化節六。在中部由一群同好組成的「中部同人誌交流協會」開始在台中國光國小舉辦活動，成為後來台中具指標性的場地之一（布萊特，2005）。

一連串的活動中，非社團或相關業者的內湖德安百貨舉辦了一場「COSPLAY 嘉年華」，包含了同人誌販售會與cosplay的的活動，不過規劃給同人誌攤位數的量非常少，主要活動聚焦在cosplay比賽，獎品是德安百貨的禮券，由此看來應屬於德安百貨的公關行銷活動。

表 4-6 2001 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
2001/01/20-21	成大早綠月	成大漫畫社	台南，成功大學
2001/02/03-04	CW台北13	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心4F、5F
2001/02/15-16	台北高中職動漫社團聯合成果展	和平高中卡漫社	台北，劍潭青年活動中心
2001/02/18	CW高雄4	捷比漫畫科技股份有限公司	高雄，高雄中學體育館
2001/03/10-11	CW台中2	SE	台中，國光國小國光堂
2001/03/24-25	春宴	中興、中師、靜宜動漫社	台中，國光國小國光堂
2001/04/07	CW高雄5	SE	高雄，高雄中學體育館
2001/05/11	ACG PARADISE	高雄第一科大應用日文系 野孩子漫畫同好會	高雄，高雄第一科技大學管理學院一樓廣場
2001/05/12-13	CW台北14	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，國民黨中央黨部中正廳
2001/06/24	水無月祭節	東京之戀 妖言惑眾	高雄，左營國中
2001/07/07-08	CW SE台北14	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心5F
2001/07/28-29	Comic World Taiwan 19 台北	捷比漫畫科技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育館
2001/07/28-29	掛山祭2	拓草	彰化，彰化市康樂廳

2001/08/04-05	南風學園祭	東風館漫畫便利屋	高雄，高雄師大活動中心
2001/08/25-26	CW SE台北15	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心5F
2001/09/01-02	成大初秋月	成大漫畫社	台南，成功大學光復校區
2001/09/01-02	同人文化節九	導航基金會 PUSH漫畫研究會	高雄，高雄師大活動中心
2001/09/29	CW SE台中3	SE	台中，國光國小國光堂
2001/10/06	鳳山市文化節之舞林神話2001	鳳山市青年協會 永達技術學院 卡漫社 登龍美工	高雄，鳳山市三民街
2001/10/06-07	Comic World SUPER 1	SE	台北，世貿展覽二館
2001/10/27-28	CWT 20 台中	捷比漫畫科技股份有限公司	台中，德安購物中心
2001/11/13-14	Comic Fantasy 1	望智企劃顧問股份有限公司	台北，國民黨中央黨部
2001/11/18-19	CW SE台北17	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心5F
2001/11/24	CW SE高雄6	SE	高雄，高雄中學體育館
2001/11/25	CWT 21 高雄	捷比漫畫科技股份有限公司	高雄，高雄長谷世貿大樓
2001/12/16	CW SE 台北18	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心
2001/12/22	acgn耶誕派對	桃園ACGN促進委員會	中壢，中壢家商活動中心
2001/12/22-23	CW Taiwan 22 台北	台灣同人誌活動小組	台北，台灣大學綜合體育館

資料來源：古孟釗，2004；

Cospho向上委員會<http://cospho.dyndns.ws/~zordius/>；本研究整理

邁入 21 世紀，相較於 1999、2000 年平均 17、18 場的販售會，2001 年急增到 28 場，每個月都有活動，頻率高到對台灣同人誌的發展帶來正負兩極的影響。

首先，數量爆炸的起因在於SE與捷比因為某些因素（例如商業攤位的設置問題）而正式分家，捷比於2001年5月片面宣布中止與SE的所有合作關係，自己繼續獨立舉辦販售會並使用CW的活動名稱、延續數字的排列，不過會把Comic改爲Comix、加上地名、規避Comic World商標的爭議而使用Comic World Taiwan等等，SE也將販售會名稱改爲Comic World SE，雙方種種措施讓活動名稱相當混亂。

分家之後，SE在下半年每個月都舉辦販售會，加上捷比以及其他地方性質的活動，一開始固然滿足了過去大家希望多點活動的心願，也打開了同人誌的知名度，吸引比過去更多人來參加；但每月都有的頻率使得社團創作與一般參加者出現失焦而疲乏的狀態。當時台灣的環境尚未成長到能支撐這麼多的活動，除了場地的問題，也包括社團的數量、創作力與創作品質是否足以應付每月都有販售會的頻率。因此，2001年突然極大量的販售會造成了同人界某些生態的改變，最明顯的就是社團爲了縮減出新刊的間隔時間，而將新刊的頁數較過往大爲減少，久而久之變成以16頁的本子爲主，價錢也隨之降低，好刺激消費者的購買慾。這種生產與消費的習性沿襲至今，反而使得部分頁數多而相對定價較高的作品較不易爲一般消費者接受，間接影響同人作家的創作力與慾望。

換言之，這也是經濟上的問題。除了導航攤位費有補助、一般入場免費之外，其他活動裡社團每一攤都要一筆200元以內的攤位費，大型的活動一般入場都要收費。對一般入場者而言，如果喜歡的社團沒有新刊、販售會又沒有特殊的活動或誘因，那又何必花錢進去？不如等下一場看看。對社團而言，當時大多數同人創作者都還是學生，利用課餘時間創作本就不穩定，如果每場不出新刊，也無法持續吸引讀者購買；雖說同人誌的初衷是分享自己對所迷作品或創作的熱愛，但長久下來收支若無法平衡，經濟上的支出也會成爲一種壓力。當社團與一般入場者都漸趨疲乏，參加販售會人數自然減少，主辦單位若收支也無法平衡負擔下去，將會形成一種惡性循環。總而言之，這牽扯到台灣同人誌市場的規模大小問題，此時各主辦單位、社團與一般參加者不免經過一番混亂的時期，場次之間的競爭、大者恆大的效應也開始出現。

例如捷比在7月以Comic World Taiwan的名稱，在台大新落成的綜合體育館舉辦販售會，開啓了另一個新的里程碑。根據主辦單位記錄，CWT 19台北兩天的攤位共660攤，創當時規模新高，和它撞期的「掛山祭2」便受到選邊效應的衝擊（布萊特，2005），後來台大綜合體育館也成爲台灣最具規模的販售會場地。SE當時亦不甘示弱，緊接著在8月於世貿二館舉辦CW SUPER 1，但因爲將入場費由150漲爲200元，且當時納莉颱風導致交通狀況不佳、印刷聯繫不順等等，結果相當冷清。

不過，捷比也在 2001 年底因漫畫便利屋的周轉問題而宣告倒閉，在販售會方面，先由前捷比員工組成的「台灣同人誌活動小組」辦了一場，之後另由鄭文福創立的台灣同人誌科技股份有限公司接手辦理。

其他的活動方面，導航基金會因為經費無法繼續申請，以及原本提同人案子的員工離開等問題，在今年退出了台灣同人誌販售會的行列。而台中由三所大學動漫社合辦的「春宴」開始竄起。「春宴」起源於 2000 年底，當時中興動漫社的社長感到 921 之後社團活力明顯下降，且對幾場台北或高雄的 CW 都感到不太滿意，攤位費也偏高，希望能自己站出來為中部同人團體爭取一個較好的辦展環境（伊格爾、Calciter、漫畫丸，2005），因此聯合數所中區大專院校動漫社，決定舉辦「春宴」。由於每屆春宴都有各自的場刊設計風格與吉祥物，企畫新鮮、形象清新，之後在中部樹立了很好的口碑。

今年還有一個很特殊的現象：有兩場活動在國民黨中央黨部舉辦，在他國可能從來沒有同人誌販售會在政黨性質的場地舉辦的紀錄。在一個充滿政治圖騰的場地中進行的次文化活動，同人的感覺也充滿矛盾與包容：或許不喜與政治有所牽扯，但多少也體諒台灣缺乏適當場地的老問題。

那時候還有在政府機關在國民黨那裏辦的呢！還不錯，還有大官來巡視，就一種很奇妙的感覺，可是就「ㄟ~我們這個好像被大家認同」的感覺。會場很漂亮，還不錯。（上条隼）

就在地下室裡面，還 OK 吧，只是很煩，因為會有...我還看到王金平走來走去，然後...就是因為在黨部比較那種...就那些媒體會比較有興趣，我到處看到一些媒體啊。其實同人誌的人很討厭媒體，所以就覺得...很煩在那邊擋路，然後外面還有一個榮民老伯伯在那邊「中華民國萬歲！」跟同人誌氣氛很不搭的一個地方。（小光）

我是覺得還好，會漏水比較大的問題！不過妳知道嗎，這個機會不是每個國家的同人社團都可以有的，可以到當時的執政黨黨部裡面辦！妳想如果在日本去自民黨黨部裡面辦的話，對他們日本人會有多大的衝擊！台灣沒有，台灣就這樣讓它過去了！大家哇啊啊幾聲就這樣過去了！（研：聽說連戰、蕭萬長都有進來看看？）對啊，看看這群小孩子在幹嘛。（研：那妳就是不會很介意讓政府單位來辦同人誌？）看它怎樣，其實我覺得每個單位都可以來辦。應該說任何一個單位來辦的話，都要看他們是不是真的瞭解同人誌的本質是什麼，就說同人誌的出發點是什麼。如果他們真的能夠來瞭解的話，其實什麼單位辦都可能，我是這樣覺得。（伊達朔弓）

2000年起，台灣的線上遊戲市場進入一波高峰期，遊戲橘子2000年推出的代理遊戲「天堂」逐漸在同人界中造成一股風潮。由遊戲橘子所支持的電玩節目「電玩大觀園」在6月22日舉辦一場「電玩大觀園COSPLAY同樂會」，顯示出線上遊戲產業將cosplay納入行銷公關一環的手法，往後亦被沿用。後來智冠在發行「仙境傳說」(RO)的時候，也曾至CWT的會場灑片宣傳，間接造成往後同人界中RO的熱潮。

表 4-7 2002 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
2002/01/27	櫻之祭	櫻之祭籌備委員會	台中，台中技術學院
2002/02/02-03	東之舞同人販售會	GAMERS遊戲者資訊社	台東，台東高商中興堂
2002/02/02	第四屆台北高中職動漫畫社團聯合成果展	和平高中卡漫社	台北，台北市立圖書館總館
2002/02/16-17	CW SUPER 2	SE	台北，時報廣場
2002/03/02-03	CWT 23 台北	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育館
2002/03/09-10	台灣漫畫國度同人會 (Taiwan Comickindom)	台灣漫畫國度有限公司	高雄，高雄世貿展覽中心H館
2002/03/30-31	春宴2	中興、中師、靜宜動漫社	台中，信義國小信義堂
2002/04/06-07	CW SE 台中 4	SE	台中，國光國小國光堂
2002/04/06-07	CWT 24 高雄	台灣同人誌科技股份有限公司	高雄，長谷世貿大樓
2002/04/27-28	CW SE台北20	SE	台北，時報廣場
2002/05/18-19	成大清和月	成大漫畫社	台南，成功大學
2002/05/25-26	春之音	喵京=霧島翔	台中，台中市立體停車場大樓
2002/06/01-02	高應大動漫聯展	高應大漫畫研習社	高雄，高雄應用科技大學中正堂

2002/07/06	COSPALY SPECIAL & Comic World mini	SE	台北，星摩市
2002/07/06-07	夏之祭典	幻闇夜・焰	台中，原大廣三量販店
2002/07/13-14	CWT 25 高雄	台灣同人誌科 技股份有限公司	高雄，中山大學體育館
2002/07/14	漫畫新世代Comic Generation	亞細亞同人聯 合戰團 天國畫擊團	台北，時報廣場
2002/07/20-21	漫畫小子同人即售 會 Comic Mall	漫畫小子便利 屋	台北，青少年育樂中心
2002/07/20-21	CW SE 高雄 7	SE	高雄，高雄工商展覽中心
2002/08/10-11	CWT 26 台北	台灣同人誌科 技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育 館
2002/08/24-25	CW SE 台北21	SE	台北，時報廣場
2002/09/28-29	冬季漫遊展	帝極數位 興本堂	高雄，高雄師大活動中心
2002/10/05-06	開拓動漫祭 Fancy Frontier	開拓動漫祭籌 委會	台北，世貿展覽二館
2002/10/19-20	台灣漫畫國度同人 會2 (TC2)	台灣漫畫國度 有限公司	高雄，高雄工商展覽中心
2002/10/26-27	CWT 27 台中	台灣同人誌科 技股份有限公司	台中，德安購物中心
2002/11/02-03	成大雪待月	成大漫畫社	台南，成功大學
2002/11/16-17	DC同人扮裝秀01	帝極數位 興本堂	台南，公園館
2002/11/23-24	CW SE 高雄 8	SE	高雄，高雄工商展覽中心
2002/11/30	漫畫小子Comic Mall Autumn	漫畫小子便利 屋	台北，新莊體育館
2002/12/07	燃燒~哈利波特& 魔戒only販售會	阿利個人	台北，兒童交通博物館
2002/12/07-08	奇幻基金會 成立大會	奇幻文化藝術 基金會	台北，紐約紐約展覽購物 中心5F
2002/12/07-08	蘭陽動漫祭	蘭陽女中動漫 社	宜蘭，蘭陽女子高級中學

2002/12/14-15	CWT 28 台北	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育館
2002/12/21-22	CW SE 台北 22	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心5F
2002/12/21-22	2002同人聖夜祭	中部同人誌交流協會	台中，忠信國小
2002/12/28-29	DC同人扮裝秀02	帝極數位	高雄，高雄中學體育館

資料來源：古孟釗，2004；布萊特，2005；Cospho向上委員會
<http://cospho.dyndns.ws/~zordius/>；本研究整理

2002年同人界發生了兩件重要的大事，也就是CWT易手以及「Fancy Frontier 開拓動漫祭」（FF）的崛起。

在捷比倒閉之後，前捷比員工找了朋友，也就是現在台灣同人誌科技股份有限公司的經理鄭文福，詢問他有沒有興趣接下這個活動，並邀請他到「CW Taiwan 22 台北」販售會來觀摩。後來，鄭文福便接下捷比的部分資源，於2002年正式成立台灣同人誌科技股份有限公司來舉辦CWT，是全台唯一純辦同人誌販售會的商業公司。為了減少成本管銷，除了經理鄭文福，目前正職員工只有兩人，三、四位兼職幫忙設計場刊等等，販售會的工作人員絕大部分是由義工募集而來。

鄭文福在 2001 年底被在捷比工作的朋友邀來販售會觀摩之前，從未接觸過同人誌，對於動漫畫也不瞭解。至於為什麼會願意接手舉辦同人誌販售會？鄭文福說他是被學生的活潑與熱情所感動，也願意支持這種「休閒娛樂」。當然，如果完全沒有經濟利益與商機，他也不會繼續做下去；例如他曾考慮進軍大陸舉辦販售會，但兩岸政治與文化背景的開放度與差異目前仍是一大阻礙。

其實只是覺得那些學生都滿天真滿活潑的，那覺得滿好玩，就這樣子啊。主要就是想說...看能不能賺錢哪，對啊。不是賺台灣的啊，是想要到大陸去。.....台灣基本上本來就是人口很少啦，還是要走到大中華世界才有用，對不對？可是還是有困難，等我開始辦這個活動以後，我覺得還是困難度滿大的。（鄭文福）

雖然鄭文福非同人出身，但是他以跑全國販售會來觀摩學習、每次都在 CWT 會場中巡視並親自和社團交流、詢問社團的意見與感想等等，這些「搏感情」的方式，讓身為主辦單位新手的他也獲得很多同人的支持。

FF則是由《Frontier開拓動漫情報誌》所舉辦的同人誌販售會。《Frontier》的編輯群過去不是在漫畫雜誌相關業界工作，就是同人界的資深同好，在《Frontier》即開闢不少報導國內外同人誌販售會、同人誌與cosplay相關知識講座與交流天地的專欄。當時的販售會雖然仍以CWSE為指標，但活動內容已趨平乏，長久下來也有一些積習，不只是同人界，動漫畫業界的發展亦可說是面臨瓶頸。基於對同人界的關心，以及想拓展本身雜誌的知名度、銷量與客群，《Frontier》決定舉辦與過往活動有所不同的同人誌販售會，也就是結合多樣動漫畫相關企畫的綜合型活動，刺激一下市場，也試圖開拓一下長久以來台灣同好狹隘的視野（林君和，2002）。

由於《Frontier》本身即是介紹動漫畫相關的雜誌，在目前國內同人誌以衍生派為主的情況下，絕大部分的同人即是《Frontier》所欲鎖定的客群，「比去國際書展撈還要更準確一點」：

我們要怎麼樣才能夠去開發更高的客群或是讓這本雜誌可以繼續活下去，這是一開始我們會想辦活動最重要的一個觀點，因為台灣的同人活動原創的不多，百分之八十以上都是演繹派的，就是哈利波特的我畫哈利波特、封神我畫封神、死亡筆記本的我畫死亡筆記本、然後十二國記或是說鋼鍊，那這些東西每一個都是動漫畫，是我們這本雜誌要鎖定的族群，那這群讀者跟這群愛好者，他們需要的是比較深入的資訊，那至於有沒有第一手資料，因為現在網路實在太發達了，你其實不一定要靠雜誌，所以我們那個時候就開始修正我們雜誌的方向，我不搶快，可是我做深入，我做比較深但是廣，然後可能針對一些某幾個單點去做探討，甚至在...以前還有CG²教室，然後還針對某一些...現在還有那種什麼「all my cosplay」，教你怎麼做衣服，我們就會去修正一下，因為很簡單我們發現到沒有根的東西是無法長久的，所以講的政治正確一點就是你一定要本土化，那現在在台灣唯一還有生命力跟動漫畫有關的產業是同人活動，只能這樣講啦，這是我們的研判。.....其實我這樣講好像是為了雜誌，這個活動才存在，那當然到後來就不太一樣了，因為活動本身已經有它的生命了，但是真的在當時要決定做的初期，我們是抱著做廣告的心態去做（蘇微希）

而國內動漫畫市場仍以日本作品為大宗，《Frontier》在日本動畫界因工作之便建立了不錯的人脈關係，因此在邀請日本來賓上佔有很大的優勢。加上蘇微希開設了廣告公司，因此在活動企畫及媒體宣傳上也懂得操作，例如因為有邀請《幻影天使》的導演與聲優來台，即找來播放《幻影天使》的緯來日本台當協辦單位。

² CG（Computer Graphic）意指「電腦繪圖」，也就是用電腦軟體創作或處理過 2D 或 3D 圖像，目前主要運用在電子遊戲、動畫、漫畫以及各種設計中。

2002年10月的開拓動漫祭就在邀請日本知名插畫家繪製場刊封面、企畫活動多樣、日本來賓卡司盛大、宣傳策略密集的情況下在世貿二館成功落幕³，兩天的總入場人次超過兩萬，主辦單位並改善了之前販售會的一些缺點（例如社團入場時間的掌控），使得開拓動漫祭一炮而紅，在圈內獲得大家的支持與口碑。

此外，SD娃的相關社團也是在FF1中首度報名擺攤，並引起場內同人驚豔。

實際上是玩娃的就已經一定的人在，只是那個時候他們自己比較有興趣聯絡，問這些人願不願意參展，然後幫忙找起來的，那一次那種大量出來的那種震撼力很大（笑）。那實際上有一些人是因為去了同人誌會場，然後看到娃娃他才知道有這個東西，那也有一些人是單純的娃友，他是因為參加了這個活動，他是因為娃而去參加這個活動才知道有同人誌這個東西（笑）。（亞力）

其實我覺得台灣就是一窩風！SD娃也是，突然變的很紅起來。一開始是固定的一小群人一直有在玩，後來他們決定在FF1擺攤位，把自己的收藏娃娃一字排開那樣，很壯觀，就吸引很多人覺得「哇！好美」這樣。後來就變成「你有我也有」的那種感覺，大家都抱著一隻娃。（kimera）

從此在同人誌販售會中都會出現SD娃的芳蹤，除了娃相關產品的工作室、單純展示交流的社團，甚至一般同人社團都有以娃為cosplay的新型看板娘，也有不少同人抱著娃逛販售會。

整體而言，2002年是台灣發展同人誌販售會以來最多場次的一年，總共高達36場，比2001年還多了8場，不過相較之下，各家販售會舉辦的時間與地點較有分散錯開，可說在策略上有吸取前一年的經驗而做調整，另一方面則是因為承接捷比部分資源的CWT漸上軌道，鎖定SE為競爭對象，若在同一地區則搶先在SE前舉辦。各地中小型社團自己或聯合舉辦的狀況依然蓬勃，宜蘭與台東也首次出現了地方性的同人誌販售會。除此之外，有兩家漫畫便利屋也加入了舉辦同人誌販售會的行列。

³ 過去台灣同人誌販售會的場刊封面皆是由國內同人繪製，開拓則是邀請了日本知名遊戲原畫家/腳本家/插畫家CARNELIAN老師以及ドレン・チェリ老師來設計開拓動漫祭專屬的宣傳看板娘角色，並以此繪製封面、活動規則漫畫與相關周邊。FF1的企畫活動包括了「全方位模型展」、cosplay專屬攝影棚，以及請來五位日本特別來賓的座談簽名會：《幻影天使》（魔法水果籃）的導演大地丙太郎、《少女革命》作畫監督長濱博史、《小小雪精靈糖糖》的導演木村真一郎、《吸血姬美夕》的舞台&神魔設定師森木靖泰、《幻影天使》花鳥saki的聲優安原麗子、《紅豬》聲優岡村明美、日本知名cosplayer及許多電玩遊戲代言人みちる。

「漫畫小子」是捷比倒閉時所成立的漫畫便利屋，承接捷比當時在台北的店面。他們亦有意支持同人活動，希望藉由鼓勵創作來提升台灣漫畫界的水準，也有助於自己的市場，因此於2002至2003年中共舉辦三場販售會。後來因未達原預期的經濟規模且員工數無法負荷工作量，便轉以補助攤位費的方式成為開拓動漫祭FF2、FF3、FF4的協辦單位，間接協助FF站穩了腳步。不過後來又因公司內的政策改變，而選擇暫時退出同人誌販售會。

「台灣漫畫國度」（原漫畫王國）則是高雄、嘉義、屏東連鎖的漫畫便利屋，同樣基於對動漫創作的支持，2002年在高雄舉辦了兩場販售會，除了一般的黑白稿、彩稿比賽，還增添了四格漫畫的比賽，2003年又舉行了一場，後來卻也因為經費問題而退出。

這兩個例子，說明了在台灣想長久舉辦同人誌販售會並不是一件容易的事。由於台灣的同人人數與室內場地缺乏等種種問題，使得同人誌市場的經濟規模有一定的限制，想長久舉辦下去的主辦單位必須各自發展出一套應付的策略。

表 4-8 2003 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
2003/01/26	漫畫小子Comic Mall Winter	漫畫小子便利屋	台北，台北市立體育館
2003/02/08-09	Comic World Taiwan（後簡稱CWT）1 台北	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育館
2003/02/15-16	CW SE台北23	SE	台北，紐約紐約展覽購物中心7F
2003/02/22-23	台灣漫畫國度同人會TC3	台灣漫畫國度有限公司	高雄，高雄工商展覽中心
2003/03/08-09	漫畫之星Comic Stars 1	禮詩樂漫咖生活館 漫畫町便利屋	高雄，高雄工商展覽中心
2003/03/29	CWT Party	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台北地下街商場廣場
2003/04/05-06	春宴2003	中興動漫	台中，信義國小信義館
2003/04/12-13	CWT 2 台中	台灣同人誌科技股份有限公司	台中，德安購物中心10F

		司	
2003/04/20	漫畫學園・ COSPLAY漫畫祭	德安生活百貨	台北，德安生活百貨
2003/04/26-27	CW SE台北24	SE	台北，紐約紐約展覽購物 中心5F
2003/07/12-13	CWT 3 高雄	台灣同人誌科 技股份有限公 司	高雄，高雄長谷世貿大樓 4F
2003/07/19-20	開拓動漫祭2 Fancy Frontier 2	開拓動漫情報 誌	台北，世貿展覽二館
2003/07/26-27	夏之祭典	台中夏之祭典 籌備會	台中，U23C館
2003/08/02-03	CW SE台北25	SE	台北，紐約紐約展覽購物 中心5F
2003/08/09-10	CWT 4 台北	台灣同人誌科 技股份有限公 司	台北，台灣大學綜合體育 館
2003/09/13	CWT Party 2	台灣同人誌科 技股份有限公 司	台北，台北地下街商場廣 場12
2003/09/27-28	楓年祭2	留翼	高雄市，東金公園
2003/10/11-12	來夏月之典	喵京	台中，誠品龍心百貨6F
2003/11/01-02	CWT 台中 (免費入場)	台中市政府 台灣同人誌科 技股份有限公 司	台中，德安購物中心1F
2003/11/08-09	奇幻境地同人博覽 會	古咚 奇幻基地	高雄，高雄應用科技大學
2003/11/15-16	成大卯花月-再臨 詔	成大漫畫社	台南，成功大學光復校區
2003/11/29-30	CW SE台北26	SE	台北，紐約紐約展覽購物 中心5F
2003/12/06-07	高應大動漫祭2	高應大漫畫社	高雄，高應大中正堂
2003/12/13-14	CWT 5 台北	台灣同人誌科 技股份有限公 司	台北，台灣大學綜合體育 館
2003/12/21	北科耶誕 cosplay party	北科動畫社	台北科技大學中正館1F

2003/12/27-28	同人聖夜祭3	中部同人誌交流協會	台中，忠信國小忠信堂
2003/12/27-28	COS1全迷運動	COS1同人協會	高雄，高雄長谷世貿4F

資料來源：古孟釗，2004；Cospho向上委員會<http://cospho.dyndns.ws/~zordius/>

2003年不再每個月都有活動了，場次縮減到27場，約等同於2001年，漸漸回歸台灣同人誌實際的市場規模。如果是社團自己舉辦的小型、偶發販售會倒沒什麼關係，但對想持續舉辦的商業主辦單位而言，有些場次自然會被淘汰。漫畫小子便利屋、漫畫國度便利屋所舉辦的販售會在2003年各辦完了最後一場，SE與CWT的場次皆減少。SE在CWT的刻意競爭、活動沒有特殊創新，以及過往沿襲日本習慣舉辦場次偏多的情況之下，場面逐漸冷清；加上中南部的社團與參與人數日漸稀少，今年起就退出中南部，只在台北辦活動。在2003年，大活動多半在寒暑假等學生假期舉辦，平日則是各地中小活動為多的模式已逐漸成形。

CWT的一大改變，是將活動系列的序號重新計算。因為2002年的場次仍舊沿照捷比所定下的，一時未做更改，2003年起等於宣告一個新的開始，在活動上也有一連串不同以往的改變。例如CWT的場刊自今年起多增加了「社團新刊廣告專區」，這是為了獎勵創作新刊而開始的場刊企畫，也算是台灣同人界的獨特創舉。另外，CWT開始不定期推出「CWT PARTY」系列的小型販售會活動，地點則是選在台北地下街商場廣場，由於是開放式的空間，因此入場免費。

11月在台中市政府慶祝公園100週年的情況下，CWT爭取到一筆經費來舉辦免費入場的販售會，納入市府「畫龍點睛計畫活動」中的一環。可惜這樣的合作方式，在政府並無意長期培養創作的心態下只能曇花一現。

FF2仍舊熱鬧舉辦，兩天攤位數號稱破八百，打破之前所有的紀錄，也將台灣同人誌販售會的規模推上另一個高原，之後的大型販售會（FF與CWT）的官方說法都一舉超越這個數字，持續往上發展。

內湖德安百貨繼2000年舉辦過「COSPLAY嘉年華」後，2003年又再度舉辦了「漫畫學園・COSPLAY漫畫祭」，這次除了cosplay走秀與比賽，加入了同人誌社團的攤位，雖然時間只有兩小時，但也算是一場小型的綜合性同人誌販售會。特別的是，德安百貨還邀請了東立出版社、尖端出版社、遊戲橘子數位科技擺設廠商區與贊助cosplay比賽獎品，是繼FF之外難得一見的同人誌社團與ACG業者同時在活動擺攤景象。

表 4-9 2004 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
2004/01/03-04	異域同人誌販售會	奇幻基金會	台北，紐約紐約展覽購物中心
2004/01/31-02/01	開拓動漫祭 3 Fancy Frontier 3	開拓動漫情報誌	台北，台灣大學綜合體育館
2004/01/31-02/01	CWT 6 台北	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育館 1F
2004/02/28-29	春宴 2004	中興動漫社	台中，信義國小信義館
2004/02/29	網球王子手塚國光 x 不二周助 ONLY 同人交流販售會	闇夜無限	台北，兒童交通博物館
2004/03/13	CWT Party 3	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台北地下街商場廣場 12
2004/03/20-21	櫻之祭 2	東京領域	台中，瑞華市民廣場
2004/04/03	92 學年度各校漫畫 相關社團聯合成果 展	中山動漫社	台北，劍潭青年活動中心
2004/05/1-5/2	Comic World Fancy	日本 SE 株式會社台灣分公司艾斯泰諾 開拓動漫情報誌	台北，世貿展覽二館
2004/05/15-16	成大夢見月	成大漫畫社	台南，成功大學光復校區
2004/05/16	J-PARTY	J-PARTY 籌備會 ⁴	台北，東橋日語忠孝教室
2004/05/29-30	響同宴-春	喵京	台中，誠品龍心百貨 6F
2004/04/30	蘭陽動漫祭 2	蘭陽女中動漫社	宜蘭，蘭陽女子高級中學
2004/07/10	漫畫之星 Comic Star 2	漫畫町便利屋	高雄，高雄世貿展覽中心 C 館
2004/07/16-17	存在革命	台南一中	台南，台南一中群英堂
2004/07/17-18	CWT 高雄	台灣同人誌科技	高雄，長谷世貿大樓

⁴ 由數個J家同人誌社團所組成，以同人誌社團Gemini為主催。

		股份有限公司	
2004/07/17-18	響同宴-夏	喵京	台中，誠品龍心百貨 6F
2004/07/24-7/25	開拓動漫祭 4	開拓動漫情報誌	台北，台灣大學綜合 體育館 1F、3F
2004/08/7-8/8	CWT 7 台北	台灣同人誌科技 股份有限公司	台北，台灣大學綜合 體育館 3F
2004/08/28-8/29	CW SE 台北 27	日本 SE 株式會 社台灣分公司艾 斯泰諾	台北，台灣師範大學 體育館
2004/09/11	CWT Party 4	台灣同人誌科技 股份有限公司	台北，台北地下街商 場廣場 12
2004/10/9-10/10	Petit Fancy	開拓動漫情報誌	台北，台灣大學綜合 體育館 1F
2004/10/16	Taiwan Comic Market 01	同人誌販售會情 報	台北，劍潭青年活動 中心
2004/10/30-31	響同宴-秋	喵京	台中，誠品龍心百貨 6F
2004/11/06	CWT Party 5	台灣同人誌科技 股份有限公司	台北，台北地下街商 場廣場 1
2004/11/20-21	SC 同人祭典～撫 琴弄月舞春秋	SC 同人誌協會 (Star Comic)	高雄，長谷世貿大樓
2004/11/27-28	成大霜見月	成大漫畫社	台南，成功大學光復 校區
2004/12/11-12/12	CWT 8 台北	台灣同人誌科技 股份有限公司	台北，台灣大學綜合 體育館 3F

資料來源：Cospho 向上委員會 <http://cospho.dyndns.ws/~zordius/>；本研究整理

2004 年第一場販售會，是「奇幻基金會」成立週年慶的「異域同人誌販售會」，攤位與入場都免費，內容包括同人誌展售會、角色扮演、真人紙牌、奇幻書展、魔幻電玩展、相關商品展售、創作展示、TRPG（紙上角色扮演遊戲）入門團等，參加的社團與 coser 多以奇幻相關為主。不過，和早期導航基金會曾遭受過的批評一樣，有時候，同人會在意販售會主辦單位是否夠瞭解並尊重同人誌與 cosplay 的精神，奇幻基金會創辦人朱學恆雖因翻譯《魔戒》而為同人所熟悉，但他因「非同人出身」的緣故，在辦理活動的企畫或操作上面會因此遭人非議。

此年中最大的變化，是 SE 於十月底撤出了台灣。在越辦越冷清的情況下，SE 先與 FF 合作舉辦 Comic World Fancy 的活動，結合兩家的優點，不但有請來日本

當紅聲優田中理惠及插畫家緒方剛志，也推出「互動式 cosplay 喫茶」的企畫，重回世貿二館，並再創下同人社團與攤位的數量新高。雖然兩家合辦的活動成績如此亮麗，之後 SE 欲向 CWT 及 FF 遊說合併卻不成功，在財務問題的考量下，日本 SE 總公司決定完全撤出台灣。8 月最後一場的 CWSE 再度重回師大體育館，並推出豐富的相關周邊產品贈送給同人，在未公開退出訊息的情況下算是熱鬧完美地結束 CWSE，不久之後，連門市部也關門了

隨著 SE 結束、FF 轉移到台大體育館舉辦，FF 與 CWT 的競爭就此正式展開。在一年內，開拓即舉辦了四場同人誌販售會，一反過去一年只辦一場的規模。FF3 的攤位數與進場人數比 FF2 又有成長，並推出黑貓宅急便現場提供宅配服務。FF4 由於租下台大體育館的一、三樓，更是兩日社團數號稱 1400 攤，再創台灣同人史上新高，並開始與郵局長期合作，舉辦一連串「中華郵政漫畫型形象代言人徵選活動」；但也因為場地範圍過大，主辦單位在人潮疏導、進出管理上出現瑕疵，事後一度引發不少抱怨聲浪。

由於 FF 的攤位比例、內容與氣氛逐漸演變為偏男性向，開拓再打出企畫上偏女性向的副品牌「Petit Fancy 開拓動漫祭創意無限場」，規模比 FF 略小，場刊封面也改為國內同人畫家 REI 繪製。

SE 退出後，另外又興起了一個新的販售會：Taiwan Comic Market（簡稱 T-Comi），主權是兩位資深的同人。由於本著「希望大家找回最初的感動、感受到同人活動的魅力」而堅持免費入場的理想，T-Comi 只能在中小型的場地舉辦，不過 T-Comi 的出現，也為台北沒有大型販售會的淡季帶來些許熱絡氣氛，主辦單位辦販售會的出發點之一，便是為了正準備跨入職業、半職或全職的同人誌作家，讓她/他們有更多發表的機會來維持基本收入；而這也是要維持及開創台灣未來更好的創作環境的基礎要件之一。

.....這個產業的未來性，是必須這些人、大家去努力的，但是我們在努力之前，我們必須要讓他們知道說，他們來做這一行是有意義的，讓他們覺得有決心來做這個事情。（研：你說的意義是在？）找到生命的意義！這就是最重要的一點。就是說這些人看他們可不可以做自己的決定，如果能自己做決定，願意來做這個的話，就能踏出自信的第一步。（目櫻）

相對於 2001 年販售會數量太多讓同人社團無法負擔的情況，目前台灣同人創作的規模又有了成長。不少大手作家在經過多年的磨練、脫離學生生涯之後欲走向相關的職業道路，卻因現今台灣本土漫畫界市場的萎縮，或個人不適應業界風格等問題而無法成為專職漫畫家，目前是以自由接 case 的類 SOHO 族為多數。此

時，反倒是同人誌市場不論在創作力或消費力上甚至還比本土漫畫界蓬勃，甚至有職業漫畫家來會場擺攤，以同人誌為兼職或正職的作家們自然需要更多更大的市場機會。

至於中南部的發展，SE 與 CWT 以往雖然會到台中與高雄辦販售會，但次數與資源仍少於台北，且自今年以來 SE 撤離，CWT 因場地尋覓不易，暫時未在台中舉辦，高雄也變成一年辦一場；CWT 的活動系列改以台北為主，高雄場另外計算，這也和中南部社團與一般入場人數無法衝高，直接影響到主辦單位的經濟考量有關。

中南部在地的主辦單位除了台中的春宴與台南的成大系列，其他多屬零星舉辦的小型社團規模。不過在 2004 年竄起兩個往後有持續舉辦的活動。SC 協會是由一群愛好同人誌、Cosplay 以及布袋戲同好們所成立的活動單位，在高雄開始舉辦「SC 同人祭典」。喵京在 2002 年、2003 年就於台中舉辦過「春之音」及「來夏月之祭典」，現在則是固定舉辦了「響同宴」系列。在無法多賺什麼錢的情況下，這些同好都以對同人誌與 cosplay 的熱情在支撐著辦活動。

2004 年還出現了一個特別的 ONLY EVENT⁵：J-PARTY，這是台灣第一次的 J 禁⁶ ONLY，由 MW 及其他同人籌辦。由於 J 家的社團和支持者在一般販售會中因為 J 禁的規範而比較低調、無法盡興，辦 ONLY EVENT 就像辦同樂會一樣，大家可以無所顧忌，盡情表達自己的熱愛。

表 4-10 2005 年台灣同人誌販售會活動表

舉辦時間	活動名稱	主辦單位	活動地點
2005/02/19-20	CWT 9 台北	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育館 1F
2005/02/19-20	開拓動漫祭 5 Fancy Frontier 5	開拓動漫情報誌	台北，台灣大學綜合體育館 3F
2005/03/12-13	春宴 2005	中興動漫社	台中，信義國小信義館
2005/03/26	Taiwan Comic Market 02	同人誌販售會情報	台北，耕莘文教院大禮堂

⁵ 意指限定主題的同人誌販售會，又可簡稱 ONLY 或 EVENT。

⁶ J 禁 (Johnny's 禁) 簡單來說，就是不在公共場合、網路或非同好面前討論同人誌，避免影響偶像現實的形象，以及觸犯到肖像與版權的問題。

2005/04/10	J-PARTY II	Gemini	台北，交通博物館 4F 會議室
2005/04/23	SC 同人祭典～虛 幻年代	SC 同人誌協會 (Star Comic)	高雄，高雄師範大 學體育館
2005/04/30-05/01	響同宴-卯月祭	喵京	台中，誠品龍心百 貨 6F
2005/05/14	CWT PARTY 6	台灣同人誌科技股 份有限公司	台北，台北地下街 商場廣場 1
2005/05/21-22	成大薰風同人誌展	成大漫畫社	台南，成功大學光 復校區
2005/05/28	Dollys' Day 娃娃 專屬交流販售會	奇拉奇拉事務所 人工天使	台北，耕莘文教院 大禮堂
2005/06/04	星之千神賞	蘭陽女中動漫研究 社 宜蘭高商旒彩創作 社	宜蘭，宜蘭高商四 維堂
2005/07/16-17	CWT K 高雄	台灣同人誌科技股 份有限公司	高雄，工商展覽中 心 4 樓
2005/07/16-17	響同宴-蘭月祭	喵京	台中，誠品龍心百 貨 6F
2005/07/30-31	開拓動漫祭 6 Fancy Frontier 6	開拓動漫情報誌	台北，台灣大學綜 合體育館 1、3F
2005/08/13-14	CWT 10 台北	台灣同人誌科技股 份有限公司	台北，台灣大學綜 合體育館 3F
2005/08/28	貓蚤茶	茶哩貓	台北，兒童交通博 物館 4F 遠見廳
2005/10/1-2	Petit Fancy 2	開拓動漫情報誌	台北，台灣大學體 育館 1F
2005/10/16	Taiwan Comic Market 03	同人誌販售會情報	台北，劍潭青年活 動中心
2005/11/05-06	成大初霜月	成大漫畫社	台南，成功大學光 復校區
2005/11/12-13	SC 同人祭典 3～蝶 舞仙蹤	SC 同人誌協會 (Star Comic)	高雄，高雄師範大 學體育晚
2005/11/19-20	Wing School 學園 祭	高雄應用科技大學 漫畫研習社	高雄，高雄應用科 技大學中正堂
2005/11/26-27	台中動漫藝術祭	台中市政府	台中，台中市國立 室內體育場

2005/12/10-11	CWT 11	台灣同人誌科技股份有限公司	台北，台灣大學綜合體育館 3F
2005/12/24	Saintly Mania (網王外校 ONLY EVENT)	南野晴海	台北，兒童交通博物館宏觀廳
2005/12/24-25	響同宴-永遠的夢	啍京	台中，誠品龍心百貨 6F

資料來源：Cospho 向上委員會<http://cospho.dyndns.ws/~zordius/>；
同人誌販售會情報<http://www.comic.com.tw/>；本研究整理

台灣的同人誌販售會發展至此，絕大部分已是發展出系列與規模、並有持續活動的主辦單位來舉辦了。從 2004 年看下來，中南部明顯已是當地社團中小型販售會為主，這與當地的適合場地、交通環境、同人圈風氣、社團與參加者的市場規模大小有關。而台北方面，由於大型販售會都在此舉辦，其他幾乎只有 ONLY EVENT 的空間。

2005 年初，CWT 與 FF 寒假再度撞場，這次造成明顯的社團分邊效應，兩家的分眾市場開始浮現：FF 偏男性向，CWT 偏布布，且入場者也是 FF 男性比例比其他活動都高，CWT 女生比例則大於 FF。不過這並不是一定的趨勢，只是比例上的問題，例如 J 家的社團有部分類別習慣在 FF 擺攤；娃的攤位也是從 FF1 就習慣參加開拓場；不過隨著娃相關社團及工作室的增加，在其他場次裡娃的攤位也漸漸增多。只有布布的族群，因為在強調「動漫」的 FF 場中少數社團有過不愉快經驗，加上客群問題，因此若非大手，多數布布社團寧願只參加 CWT。

社團和一般參與者的分眾效應是會互相影響的。為了經濟上的生存，大多數的社團都會比較在每家販售會的銷售成績，在探究其原因後，衡量自己的成本問題，來選擇參加哪幾場販售會。而社團在哪些活動參展、是否推出新刊，自然又會影響到其消費者的入場選擇；甚至連販售會主辦單位都會加入這種循環，配合族群推出相關企畫。因此，布布族群的社團與消費者目前多數較傾向 CWT，CWT 也多次舉辦布袋戲木偶展；開拓強調動漫的企畫活動比過去的販售會吸引了更多男性讀者，男性向的社團在 FF 場中的業績總比其他場次還高，當然也因此多數傾向 FF。

開拓繼續運用她/他們日本的人脈資源來企畫活動。FF5 不但引進日本動漫與同人精品的店家「虎の穴」參展，更請來日本聲優桃井はるこ開迷你演唱會；FF6 再度租下台大體育館 1、3 樓，除了「虎の穴」再度參展，推出日本男性向大手 Tony 的畫冊、電話卡並抽選簽名的應募卷，另外又請來日本アールビバン株式會社 (ARTVIVANT) 參展，以及 CWF 來台過的田中理惠再度登台演唱，從日本來台

參展的同人社團也增加了。

另外，開拓走女性向的副品牌 PF 也決定繼續發展下去，PF2 裡除了首次與國內漫畫出版社共同舉辦活動，邀請的日本貴賓屬性也和 FF 做區隔，並開始實質鼓勵本土創作，宣布只要在 PF2 中繳交原創系的作品，即可獲得往後 PF 系列的攤位折價券。

相較之下，CWT 仍維持傳統同人誌販售會的風格，每場不一定有特別的企畫活動，常提供場地讓社團開原畫展，或是辦布袋戲木偶展，在其他活動細節下功夫來維持社團的參與度。

T-Comi 也持續舉辦下去，漸漸有所成長。在 T-Comi 01 的會場中曾有一日本社團前來擺攤，到 T-Comi 03 則增加到五個日本社團來台。以往 SE 早期也曾引薦一些日本社團來台，CWT 換手後也有日本主辦單位來台參觀，不過這些交流漸漸都無疾而終。如今 T-Comi 與 FF 同樣有日本方面人脈資源，台灣與日本社團的交流似乎又開始搭上線。

台中市政府繼 2003 年與 CWT 合作後，又舉辦了台中動漫藝術祭，還找了「響同宴」的籌辦人來協辦。這樣的模式在導航基金會時也是一樣，由於主辦單位對同人誌的不熟悉，若找同人界中資深或有籌辦經驗的社團來幫忙，對同人的號召力也會增加。

過去兩年來，高雄地區的販售會萎縮的非常明顯。2003 年高雄尚有 7 場販售會，到 2004 年突然只剩 3 場，分別由漫畫町便利屋、CWT 以及 SC 同人誌協會主辦。到 2005 年，前者已經消失，只剩 SC 同人誌協會與 CWT 的場次。綜合部分受訪者的意見，多認為這和高雄的場地與交通問題、高雄同人的資訊管道不多以及消費習慣有關，除了網路之外，高雄較缺乏同人相聚交流的定點。參與的同人、社團、販售會主辦單位都逐漸減少，市場與經驗無法累積，造成惡性循環。

今年最特殊的 ONLY EVENT，就屬台灣首見的「Dollys' Day 娃娃專屬交流販售會」。這是 SD 娃 2002 年在同人界一炮而紅後，社團與愛好者不斷累積成長的結果。Dollys' Day 的特殊之處在於禁止 cosplay，視覺焦點完全以娃為主，連布布類的小雨娃娃，以及小型木偶、Blythe⁷ 等各種娃類都可以參加，會場中一片交流大於買賣的氣氛。

⁷ Blythe 娃娃在 1972 年誕生，由 Kenner 公司設計製造，特徵是大比例的頭部與眼睛，但因銷售慘澹只生產了一年。很久之後美國影片製作人 Gina Garen 經由介紹在 1997 年發現 Blythe，2000 年出版在旅行時拍攝的第一本 Blythe 攝影集，受到日本玩具製造商 CWC 和 Parco 百貨青睞，Blythe 開始出現在日本電視廣告、成為 Parco 百貨形象娃娃。日本 Takara 公司於 2001 年開始製造新款的 Blythe 並熱賣，從此吹起 Blythe 娃娃的風潮。

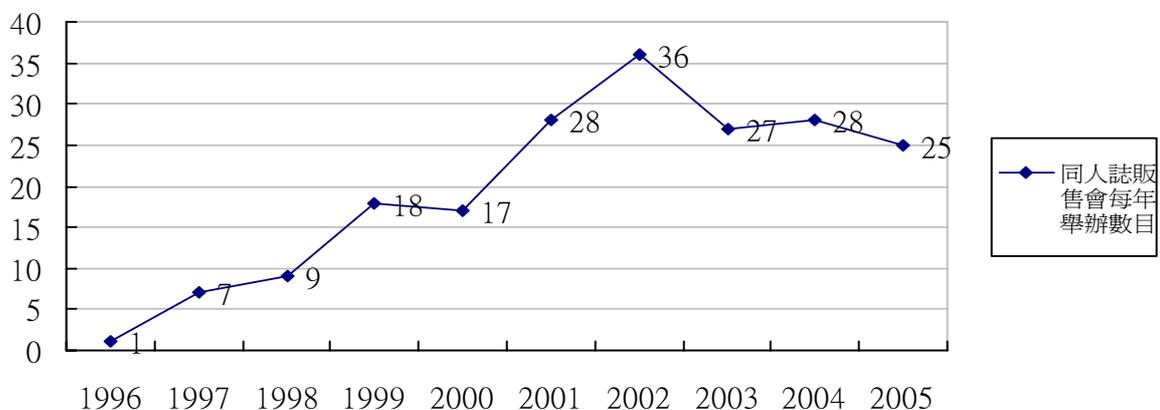
要特別補充的是，到 2005 年為止，根據既有的文字紀錄，同人界中 ONLY EVENT 的場次總共只有 6 場，最早的是 1999 年的「封神計畫」—《封神演義》的 ONLY EVENT，其他包括《網球王子》的有 2 場、J 家的 2 場、娃的 1 場。不過根據研究者的訪談，應該還有一些小型的 ONLY EVENT 沒有被正式紀錄在內，殊為可惜。會舉辦 ONLY EVENT 的原因，除了該初級文本有走紅或累積同好到某一個程度，由於現在同人誌販售會越辦越大、包含的種類與文本越來越多，同好們另而想尋求更單純的同樂性質交流會才是主因。在 ONLY EVENT 裡，同好可以玩得更盡興，場地規模雖小，卻也才能更親近的交流與討論，不僅僅只是買賣關係。未來還有許多種類的 ONLY EVENT 正在籌備，這種追求純粹與同樂氣氛的活動，也是對發展越趨商業化的大型同人誌販售會的一種反動。

第三節 本章小結

台灣的漫畫同人創作與結社最早出現在 40 年代，經過本土漫畫的斷層後，80 年代在校園裡興起的年輕一代漫畫社團，其學習的對象、創作的風格與題材已經轉向了佔市場絕大部分的日本漫畫。1988 年日本演繹派同人誌被引進台灣後開啓了這方面的衍生文本風氣。進入 90 年代後，同人的交流與結社已不再限於校園社團，漫畫便利屋甚至網路等空間讓個人交流更為普遍。

讓許多同人聚集交流並展演創作的同人誌販售會，其發展的軌跡相當程度代表著同人誌次文化的變遷過程。台灣同人誌販售會的數量變化，多少也代表了台灣同人誌次文化的成長曲線（見下圖）。

圖 4-11 1996-2005 年台灣同人誌販售會數目變化圖



從 1996 年台灣第一個純粹的、由社團舉辦的同人誌販售會開始，很快地在 1997 年即有台灣與日本的商業公司進入同人界來舉辦較大規模的販售會，從此台灣的同人誌販售會便以商業公司主辦單位為主要領頭指標。直到 2000 年，剛萌芽的台灣同人誌次文化如同販售會的數量曲線般穩健成長，種子在台灣各地逐漸萌芽，同人也開始面對與社會外界的互動問題。台灣同人誌次文化經過四年左右的成長，商業公司主辦單位的企圖心也隨之擴大；捷比與 SE 分家後販售會的數量急增，超出當時同人社團與消費者的實際規模，造成同人必須改變創作策略來適應，對台灣同人界的生態與習性產生了長久的影響，此時販售會間的競爭與排擠效應也相繼出現。2002 年加入了 FF 與許多地方型的販售會，數量衝上新高。雖然同人多半稱呼 2001、2002 這兩年為混亂期，但販售會的頻繁舉辦與求新確實擴大了台灣同人誌次文化的人數與規模，加上各地同人誌活動的環境逐漸固定成形，致使 2003 至 2005 年進入了另一段穩定的高原期。

在先前的梳理中，可以看到除了自創與漫畫演繹同人誌之外，布袋戲的同人誌亦很早就加入了台灣同人誌次文化的行列。而後，線上遊戲、奇幻電影、J-POP 樂團與影藝類別的演繹同人誌以及模型・DOLL 相繼出現，為台灣同人誌次文化鋪陳出多國多樣混雜的色彩。