

出國報告（出國類別：考察）

2014 年「香港國際影視展」
(Hong Kong International Film And TV
Market：FILMART)
參展報告

服務機關：文化部影視及流行音樂產業局

姓名職稱：局長張崇仁

助理員鄭梅君

約僱助理邱仕瀧

派赴國家：香港

出國期間：103 年 3 月 23 日至 3 月 26 日

報告日期：103 年 4 月 22 日

摘要

香港國際影視展(Hong Kong International Film And TV Market：FILMART)為全球第二大國際影視交易市場，每年吸引世界各地製片、投資者、發行商及影視相關人士齊聚，為亞洲地區首要交易媒介平台，成功促進影視融資、發行製作、技術設備、數位娛樂、拍攝場地等多方面跨國合作，影視展期間另有多項週邊活動，包含主題論壇、研討會、特映發布會等，提供業者掌握市場脈動、吸收新知及交流互動機會，亦為本國立足亞洲、拓展國際市場重點活動。

本局職司影視產業輔導及交流之推動及執行，為展現本局領導影視產業邁向國際之決心，本次由張局長率團帶領本國 60 家影視業者、計 122 部影視作品赴港參展，並於參訪期間拜會香港影視重要人士及相關機構，期透過官方及產業界共同努力，提升我國影視節目國際能見度，擴大影視產品海外銷售市場，從而促進本國影視產業實質提升。

※目次

壹、前言.....	P.3
貳、行程安排及參訪議題.....	P.4
參、參訪心得.....	P.18
肆、建議事項.....	P.21

壹、前言

香港國際影視展(Hong Kong International Film And TV Market:FILMART)為全球第二大國際電影交易市場，每年均吸引世界各地製片、投資者、發行商及影視相關人士齊聚，為亞洲地區影視娛樂產業首要交易平台，影視展期間並有多項週邊活動，包含主題論壇、研討會、特映發布會等多元內容，提供國際間業者掌握市場訊息、吸取技術新知、經驗交流及拓展人脈管道，亦為本國影視作品立足亞洲並拓展國際市場年度重點活動。

為促進台灣影視作品國外行銷，本局延續多年海外策展經驗，於香港影視展設置台灣館，提供本國電影及電視業者與國外買家交易媒介平台，以期在華語片市場越現蓬勃之際，開拓海外市場版圖。

而本屆香港影視展期間，同時舉行的香港國際電影節、亞洲電影大獎及亞洲電影投資會，台灣電影作品表現亮眼。包含《冰毒》、《廢物》、《迴光奏鳴曲》、《愛情無全順》、《失魂》、《白米炸彈客》及《十二夜》入選香港國際電影節「台灣新氣象」單元，同時《迴光奏鳴曲》入選「新秀電影競賽」項目，《海上皇宮》亦入選「國際短片競賽」單元，於電影節期間在香港各大藝文場所播映；導演蔡明亮的《郊遊》入圍「亞洲電影大獎」最佳電影、最佳導演、最佳男主角及最佳攝影四大獎項；另張榮吉導演以新作《私家偵探》企劃案獲得香港亞洲電影投資會(HAF)大獎肯定，史明輝動畫導演則以《寂寞碼頭》榮獲 HAF 劇本發展基金獎項，成績斐然，足見台灣影視作品受到國際肯定。

本局此次由張局長崇仁率電影產業組鄭助理員梅君及廣播電視產業組邱約僱助理仕瀧，於3月23日至26日赴港參加「香港國際影視展」，本次參訪行程主要目的如下：

- (一) 率領我國影視業者參加影視展，齊力將本國優質作品推向國際。
- (二) 舉辦台灣影視酒會活動，為台灣影視作品行銷宣傳。

(三) 拜會香港影視業界重要人士，厚植我國際影視人脈，促進台港影視間合作交流。

(四) 參訪香港電影資料館，作為我方國家電影資料館將來規劃及轉型之參考。

貳、行程安排及參訪議題

一、3月23日

張局長崇仁率領電影組鄭助理員梅君及廣電組邱約僱助理仕瀧等一行3人搭乘中華航空 CI-909 班機赴港，於當日中午 12 時 35 分抵達香港國際機場，隨後赴展場巡視台灣館佈置情形。

二、3月24日

本(24)日為本屆香港影視展開幕首日，張局長一行人上午先行前往台灣館向參展業者致意，下午出席台灣影視酒會，並於晚間參加第 10 屆香港影視娛樂博覽開幕典禮，本日行程簡述如下：

(一) 巡視「香港國際影視展」台灣館攤位

香港國際影視展為亞洲地區首要影視作品媒介交流平台，以其參展商數量，規模在全世界排名第二，僅次於法國坎城電影市場展。今年邁入第 18 屆，據主辦方香港貿易發展局統計，本屆參展商及買家人數均刷新歷屆紀錄，在參展商數量方面，總計來自 32 個國家及地區逾 770 家參展商參展，較去年增加 9%；另參觀人數方面，計有超過 6,750 名買家到訪，較去年上升 7%，其中今年有來自汶萊及馬爾他等業者首次參展，美國的買家數目上升更逾兩成，足證香港影視展實為業界的重要交易平台，並展現亞洲影視作品備受國際間重視。(註 1)

本屆香港國際影視展，台灣計有 60 家業者及 122 部影視作品參展，展區

位於會場 1B 出入口，位處參展人士進出動線，展會期間吸引不少國際買家匯集，張局長於 24 日上午先至台灣館為參展業者加油打氣，以實地了解本次影視展參展情形，探訪國內業者需求及建議，並與國際參展人士及買家進行意見交流等。本次我國參展統計數據簡述如下：(註 2)

1. 本屆賣家參展商共計 60 家，參展人數為 196 人，參展作品分別為電影作品 74 部，電視節目 48 部，合計 122 部作品。(如表 1)

表 1 我國參展買賣方家數統計表

	賣家參展商	買家參觀商
出席家數	60 家	238 家
參展人數	196 人	310 人
參展影片	74 部	N/A
參展電視節目	48 部	N/A

另就銷售影片類型統計如下表 2，電影作品以劇情片為大宗，電視則以戲劇類及綜藝類作品佔多數。

表 2 本次參展作品類別統計

電影館		電視館	
劇情片	48	戲劇類	32
紀錄片	12	綜藝類	12
動畫片/動畫短片	10	紀錄片類	3
藝術片	2	行腳類	1
音樂/演唱會電影	2		
共 74 部		共計 48 部	

2. 電影館：前來洽談業者主要有 6 類，包括電影發行商、製作公司、電視頻道商、影展單位、動畫公司、網路平台業者，象徵台灣電影受不同媒體平台業者青睞，亦可爭取露出機會，據統計，詢問度最高者，

仍以劇情類影片為主；藝術片則以《迴光奏鳴曲》及《郊遊》詢問度最高。洽談的買家包括來自中國大陸、香港、新加坡、馬來西亞、韓國、日本、美國、英國、荷蘭、德國及其他歐洲國家等，展現台灣電影作品受國際影人肯定及重視。

3. 電視館：鑒於香港影視展為我國立足華語影視版圖之基石，包括八大、三立、大愛、中視、公視、台視、民視、年代、壹電視、華視、緯來、中天與 TVBS 等國內各大電視業者、電視製作發行公司、3D 技術及後製公司前往參展。電視館的銷售金額共計 65 部(包含戲劇類 51 部、綜藝類 12 部、紀錄片 2 部)，計 690 萬美金，作品時數達 3,150 小時，於銷售策略上，因台灣電視業者以套裝(package)方式，將新作及舊作合併銷售，故實際銷售部數高於本屆錄冊作品數。今年與去年成績(銷售金額 578 萬美金、2,530 小時)相較，成長高達 16.23%，而銷售市場廣及中國大陸、港、澳、日本、新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、越南、菲律賓、緬甸、柬埔寨、泰國等亞洲國家或地區外，更有歐洲、英國、澳洲、非洲、北美等地區。



台灣館整體色調以橘黃色為主，象徵台灣鮮明活潑形象。



展館側邊亦有明顯標示台灣館字樣



電影館參展商互動熱烈



電視館氣氛熱絡



張局長赴會場為參展商加油打氣



張局長與參展業者合影

(二) 主持 2014「台灣影視酒會」

為整合資源宣傳本國優質作品，增加能見度，展現本局引領本國影視產業邁向國際決心，本局於開幕當(24)日下午 2 時 30 分於香港展覽會議中心展覽廳 1(會議廳)舉辦「台灣影視酒會」。酒會現場聚集 420 多位國際參展人士，場面熱絡。張局長於致詞時首先給予台灣影視業者肯定與鼓勵，表示近年來台灣的電影、電視作品除了質與量的提升，在題材與格局方面亦有多樣化的發展，實展現台灣創意能量及豐富文化內涵，期待未來台灣的影視作品透過更多國際交流合作，開拓全球市場。台北經濟文化辦事處處長嚴重光亦出席酒會，並表示近年台灣越來越多優質作品受到香港民眾的歡迎及肯定，透過本次參展，期盼未來台港影視界有更多的交流合作機

會。而現場包括《看見台灣》導演齊柏林、《我的澎湖灣》導演暨男主角任賢齊、《私家偵探》導演張榮吉與製片陳鴻元、《大稻埕》導演葉天倫、《南風》男主角黃河與製片范健祐，以及電視節目《我的自由年代》男主角李國毅、女主角任容萱亦出席酒會，齊為台灣影視喝采。

現場與會貴賓有香港貿發局助理總裁葉澤恩、法國坎城影展執行長 Jérôme Pailard、日本 UNIJAPAN 總裁椎名保，以及來自法國 Catlyn's Film、柬埔寨影視人協會、印尼 Indonesian Motion Picture Producers Association、印度 J. IQBAL, D.E.C.E.、澳洲 Kanopy、雪梨電影學校、美國 Cinevision Global Inc.、China Lion Film Distribution Inc.、LA Enterprises、加拿大 Creative BC、英國 Screen International、義大利 ANICA、法國 Eurodata TV 等國際影視界人士，及台北市影委會總監饒紫娟及國內多家電視高層代表，包括緯來、中視、三立、八大、大愛等電視台出席與會。現場並吸引中央社、中國時報、聯合報、自由時報、蘋果日報、三立電視，及明報、信報、香港經濟日報、號外雜誌、南方周末、南方都市報、文匯報、廣州南都娛樂周刊、The Hollywood Reporter、SPW(在線人物周刊)等國內外媒體進行採訪報導，整場氣氛輕鬆愉悅。(同註 2)



(左起)製片范健祐、導演任賢齊、導演齊柏林、台北經濟文化辦事處處長嚴重光、張局長崇仁、演員黃河、導演葉天倫、影音公會理事長楊繼昌、演員李國毅及任容萱，舉杯祝賀本次參展圓滿成功。



張局長致詞



以作品《私家偵探》入圍香港亞洲電影投資會之導演張榮吉與製片陳鴻元



酒會現場氣氛熱絡



酒會現場與國際影視界人士互動交流

(三) 參加第 10 屆香港影視娛樂博覽開幕典禮

本屆香港影視娛樂博覽活動期間自3月24日至4月13日，系列活動包含有香港國際影視展(FILMART)、香港國際電影節(HKIFF)、第33屆香港電影金像獎頒獎典禮(HKFA)、香港亞洲電影投資會(HAF)等9項活動，內容涵蓋貿易展覽、融資平台、業界論壇、電影節、音樂會及頒獎典禮等，不僅為專業人士交流盛會，亦提供一般民眾參與機會，如同本屆主題「全城投入、全情支持」，為香港年度重要娛樂盛事。(同註1)

當晚開幕典禮由香港行政長官梁振英主持，偕同影視娛樂大使黎明及多位重量級香港影視界人士進行開幕儀式，典禮全程以英文進行，充分展現香港動員各界資源傾盡全力推動影視、音樂及數位娛樂產業之決心，可作為未來台灣辦理相關活動之參考。



香港行政長官梁振英主持開幕典禮，全程英文進行



開幕典禮現場聚集大批媒體進行採訪報導

三、3月25日

參訪團於抵港第三日上午拜會「香港國際電影節協會」暨「香港藝術發展局」主席王英偉，下午再度赴會場為巡視台灣館，並參觀其他參展單位，與各界參展人士進行交流，茲簡述上午參訪情形如下：

(一)拜會「香港國際電影節協會」暨「香港藝術發展局」主席王英偉

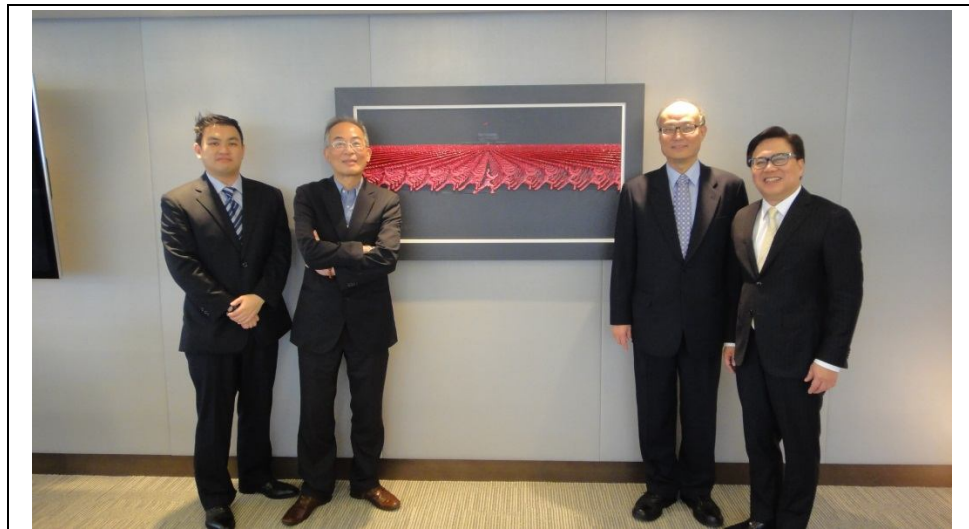
本日上午 10 時 30 分前往拜會「香港國際電影節協會」暨「香港藝術發展局」主席王英偉主席及行政總裁周勇平。雙方就港台影視產業發展現況、產業輔導及人才培訓部分進行交流討論，相關討論要點摘錄如下：

1. 雙方首先就台港影視產業發展現況進行討論，主席提到台港間因發展背景相似，創意思維相當契合，過去在產業面互動頻繁，無論影視製作、演員及技術交流皆有長時間的合作默契；市場面則因觀眾取向相近，作品接受度亦高。如同近年來台灣推出「總舖師」、「逗陣ㄟ」等具台灣特色電影，香港亦創作出許多頗具香港特色之作品，例如本屆香港國際電影節開幕片「那夜凌晨，我坐上了旺角開往大埔的紅 VAN」及「香港仔」等，實展現兩地對本土文化創意之重視，期許未來雙方有更多交流互動，合力拓展市場廣度。
2. 有關近年面臨香港與中國大陸合拍片越發蓬勃的趨勢，主席表示面對中國大陸影視產業快速發展，香港電影作品應揮別過去注重「Made in HK」的思維，如今要強調的是「Made by HK」。電影一直以來就是展現香港創意的指標，就香港電影發展現況而言，人才培訓才是首要課題。目前港府從教育方面著手，如浸會大學的電影學院，每年訓練將近 300 多個學員；香港演藝學院(APA)從校園領域訓練電影人才，且為提供實踐的經驗，電影發展局亦採取多樣措施，包括對新進導演提供獎勵及利用電影發展基金挹注投資中小型成本電影製作，希望鼓勵更多年輕人投入製拍香港電影。主席特別提到，人才的培養確實需要時間的淬鍊，必須要沉住氣，未來才有無限的可能，像近期香港電影圈就有彭浩翔、麥曦茵及黃真真等新銳導演輩出，皆有不錯的成績，並發展出許多具有香港特色的作品，而由港府資助的「歲月神偷」及「狂舞派」等電影亦頗獲讚譽。而在獎勵電影製作政策方面，主席也推崇台灣的輔導金模式，以更為直接的方式為電影界注

入資源，未來會納入當局電影發展基金運用之參考。

3. 由香港國際電影節協會主導之亞洲電影大獎累積 7 年經營成果，今年邁入第 8 屆，並首度與釜山國際電影節及東京國際電影節合作，由新成立的主委會—「亞洲電影大獎學院」主辦，主席表示影視展成功關鍵在於市場規模建立及其特色，而亞洲電影大獎集結亞洲電影資源，擁有不同語言、文化背景、作品風格，多元兼蓄的情況下更顯其獨特性，希望透過這個機會，匯集亞洲各地電影界人士齊聚，期合力拓展亞洲電影作品邁向國際，並期許該獎項未來能至亞洲各大城市舉行，促進多方交流並展現亞洲電影界團結互重精神。

4. 最後，王英偉主席提到每年亞洲電影投資會(HAF)為亞洲重要電影融資平台，提供電影計畫尋求投資合作的管道，大會並設有獎項以鼓勵電影人才踴躍投件，近幾年台灣電影皆有不錯的成績，而台港間未來可發展更多合作機會，以結合港台兩地影視資源開拓電影新格局。



參訪團拜會香港國際電影節協會暨香港藝術發展局主席王英偉(右一)、行政總裁周勇平(左二)

四、3月26日

抵港第四日行程，參訪團先行赴香港電影資料館進行參訪，並拜會該館楊可欣館長；中午與香港電影發展局主席馬逢國及秘書長馮永餐敘。

(一) 拜會香港電影資料館館長楊可欣

張局長一行由光華新聞文化中心盧健英主任及張萬成副組長陪同，參訪位於香港西灣河之香港電影資料館，該館館長楊可欣進行接待。雙方就台港各自電影資料館的目標及發展進行討論，台灣之國家電影資料館於納入文化部後，日後擬轉型並擴大規模成為「台灣電影文化中心」，除負責電影保存、老電影修復外，尚須負擔海外行銷、人才培育等任務；而香港電影資料館於2001年成立，隸屬於民政司之康樂及文化事務署，單純負責搜集、修復整理香港影片及電影文物及研究等工作，二者所肩負之任務不同。目前電影資料館因待修復的電影數量眾多，以大規模的電影修復而言，一年能完成一部已屬不易，所需經費相當吃緊，又因法令未強制電影公司應提供拷貝，該館經十餘年的努力後，各電影公司於建立信心後，始主動願意捐獻影片拷貝予該館進行保存。

就推廣電影文化方面，該館會製作專題以低價在該館電影院或一些願意播映非主流電影的商業戲院讓市民觀賞；在影片修復方面，館內雖有技術人員，惟修復設備尚不夠先進，故目前修復及影片數位化有大部分委外進行，但之後計畫購入設備，讓館內可以自行修復。台港間電影資料館間之合作已進行多年，包括片源的交流等方面，如2012年8月台灣電影資料館舉行「胡金銓電影回顧展」，藉由雙方合作，該館於12月即舉行「俠影禪章—話說金銓」胡金銓導演回顧展。

之後，楊館長引導張局長一行於館內進行參訪，並由資源中心圖書

館館長周宇菁介紹館內資源中心，該中心採用中英文多媒體雙語圖書館檢索系統，存放超過 30 萬項館藏資料，使用者可於中心或透過網路瀏覽館藏及其他電影相關資料庫資料，另設有視聽資料觀賞區，經付費持有觀賞證者，即可觀賞影視類館藏，同時為吸引學生在內之年輕族群，於視聽室特設有學生專場，供申請預約，吸引學生透過電影探討社會、文化等各方面議題。



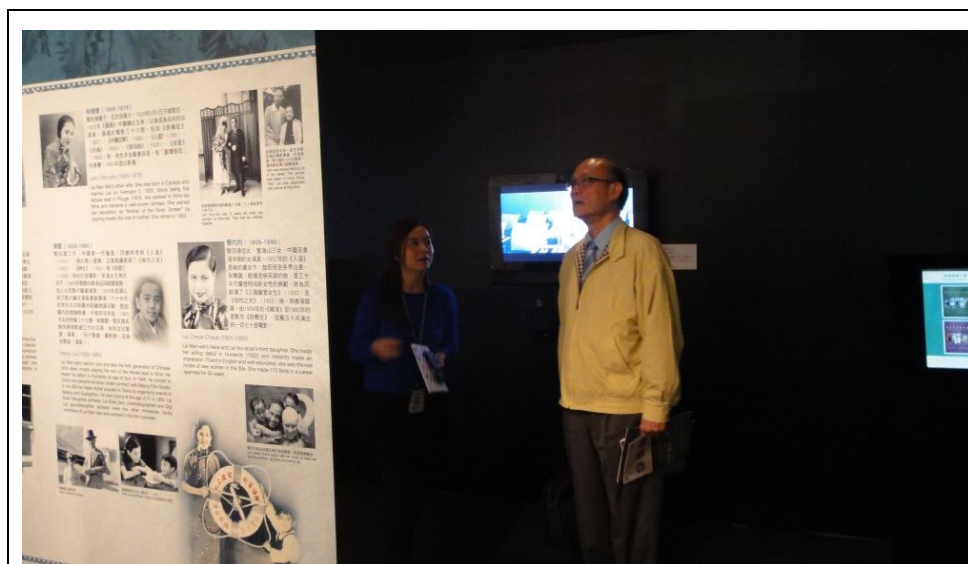
香港電影資料館楊可欣館長向參訪團一行說明該館多媒體雙語圖書館檢索系統之功能



該館視聽資料觀賞區之放映室

後一行赴一樓展覽廳參觀「香港電影早期遊蹤」展覽，觀賞經該館

典藏之早期影片，包括 1898 年美國愛迪生公司在香港拍攝之地理風光紀錄片，及民間人士捐贈或提供之《香港戰前風貌》、《經巡中國》(1915-1916)，《勳業千秋》(1941) 等紀錄片，對香港最早期的電影活動有深入的了解。



該館節目策劃王麗明小姐向張局長介紹「香港電影早期遊蹤」展覽規劃

(二) 與香港電影發展局主席馬逢國及秘書長馮永餐敘

本日中午 12 時 30 分香港電影發展局主席馬逢國及秘書長馮永邀請張局長一行進行餐敘，席間就 FILMART 的成功、文化產業政策及台灣影視產業所面臨的問題交換意見，分述如下：

1. 近年 FILMART 的成功主要是依靠香港與中國大陸的地緣關係，開辦前幾年主辦單位提供免費機票、攤位免租金，也不過吸引數十個攤位，百多個展商，但自香港回歸，中國大陸參加 FILMART 後，情況就大幅好轉。以出席人數計算，目前 FILMART 為全世界第二大影視展，僅次於法國坎城影展，並預計五年後規模可成為世界第一。但目前中國大陸本身也在發展本地的影視展，如上海國際

電影節、北京國際電影節等，而香港的優勢在於自由、開放及創意，FILMART 後續發展效應有待觀察。

2. 原先香港政府打算統合產業、文化發展成立單一主責機關「文化局」，但後來立法局沒有通過。目前香港係採取藝文發展及產業扶助分立制度，文化藝術劃分給事業型單位管理，如民政事務局下的康樂及文化事務署等；就產業部分則是劃分給業務型單位負責，如商務及經濟發展局等。2009 年 6 月「創意香港」成立前，就各類型文化產業分散於政府各部門，但面臨缺乏效率之問題，故港府於 2003 年對香港文化創意產業進行基線研究(baseline study)，覆蓋了香港 13 個文創產業，首先對電影進行扶助，成立「電影發展基金」，後回應其他文創產業的訴求，將電視、音樂、廣告、建築、動漫、比賽、印刷、出版等創意產業納入「創意香港」範疇而成立「創意智優計畫」，迄今已投入 6 億港幣。
3. 香港電影近來表現不佳有幾個原因，一來是因法令規定遠落後於技術發展，以致無法解決盜版問題，二來原先香港電影於 60、70 年代尚能因當時冷戰氛圍，而香港相對開放，可吸引各國影視頂尖人才前來尋求機會，市場亦可依靠包括台灣在內的亞洲各國市場支撐，但後來各國皆陸續發展了自己的電影工業，香港電影就面臨了競爭對手(各國的本土創作)，而成了外語片，同時香港電影業者未能意識市場趨勢，特別是中國大陸在經濟、影視各方面的快速崛起，迅速吸納了香港頂尖人才前往中國大陸製拍影片，以致香港電影自 1993 年後表現一路下滑。故目前港府推出各項政策，意在培養新一代的接班人，如參考台灣電影輔導金制度，成立「首部劇情電影計畫」，盼能培養新一代的影視人才。
4. 將來台港電影的國際行銷策略方面，若過於強調本土特色的電影，恐於其他地區沒有市場，故事前須進行「市場區隔」(Market

Segmentation)。如中國大陸各地區各有不同的文化特色取向，喜好影視作品口味也不同，如「河」(黃河以北)、「江」(上海江淮)、「海」(東南沿海地區)各有不同，以廣東省為例，年電影票房收入即占全中國大陸的 14%至 15%，如影片以粵語上映，廣東省所占收入更高達 70%以上，說明了區域性文化差別的重要性，如香港是屬「海」的文化，那電影拍攝取向與行銷就針對文化性相近的地區發展，而非為整個大陸市場去拍攝，現考量將香港製作的粵語片的招牌重新擦亮。說粵語的人口也達 1 億之多，市場足夠支撐整個電影產業。目前中國大陸主流電影多過於迎合本地普羅大眾的喜好，因此在其他地區尤其是歐美市場表現不佳，台港影視產業各方面很相近，「市場在哪，產業在哪」，台灣與香港目前均同樣面臨中國大陸磁吸效應、人才青黃不接等問題，台港電影產業間交流密切，將來可於市場調查、人才培育、劇本創作及技術支援等方面進行合作，引導華語電影與國際接軌，共創佳績。

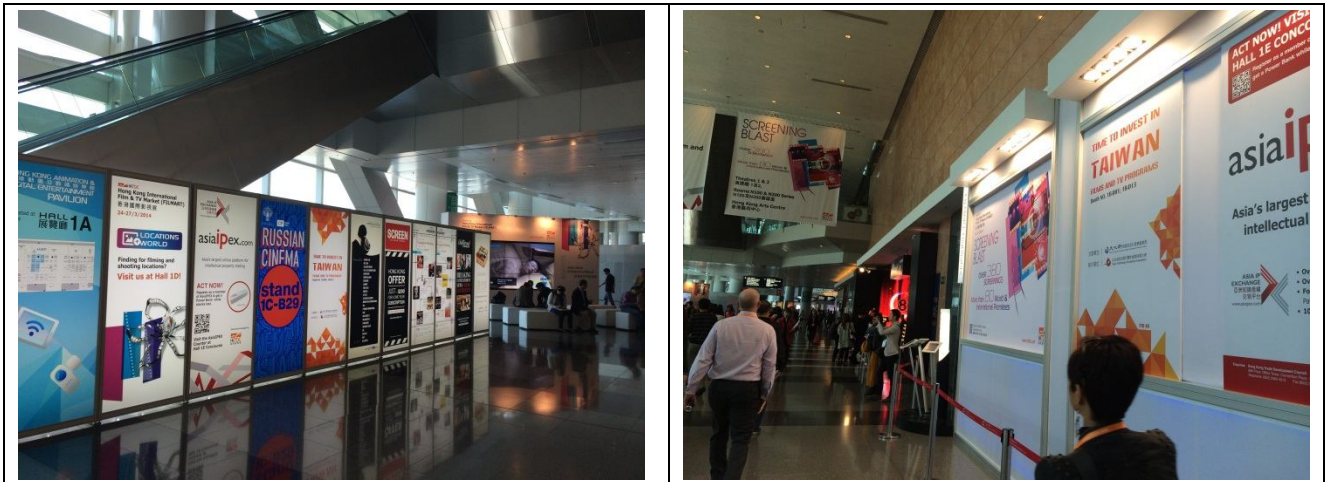


香港電影發展局馮永秘書長、馬逢國主席、本局張崇仁局長及光華新聞文化中心盧健英主任(由左至右)，於餐敘後合影留念。

(三) 張局長一行於餐敘結束後，下午前往機場，搭乘 5 時 25 分中華航空 CI-916 班機返國。

參、參訪心得

一、 本屆香港影視展本局委由台北市影音節目製作商業同業公會辦理參展事宜，彙整本國影視業者共計 60 家廠商計 122 部作品參展資訊，印製台灣館目錄、宣傳手冊、並負責展區布置、酒會籌辦、媒體邀約等作業。本屆於展場主要入口處左右側及鄰近台灣館入口均設置大型燈箱進行廣告，以提升我國參展宣傳效益，參展期間台灣館亦吸引大量外國參展、買家人士蒞臨，代表台灣影視作品受國際矚目及肯定；而本次影視展以華語片仍占多數，亦展現華語市場發展榮景。



在展場入口左右側設有燈箱廣告及宣傳海報

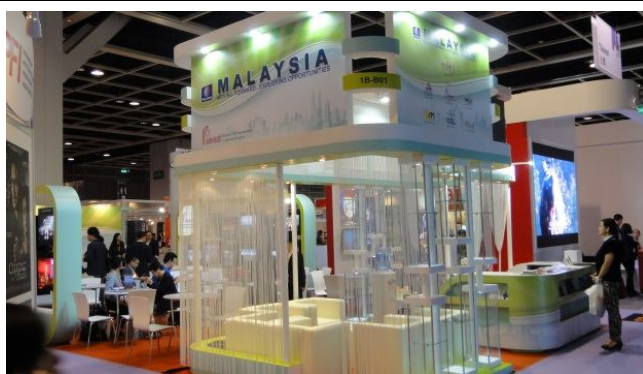


台灣館周邊設有液晶電視，循環播放台灣影視作品預告吸引來往人士目光。



現場提供作品 DM 等相關資訊自由索取。

二、會場中其他各國、地區之展位，亦有值得我國借鏡之處。整體展位設計及主視覺方面，如馬來西亞館位雖不大，但利用珠簾及玻璃呈現出東南亞特有的風情，日本館則以紅白圓圈相間凸顯國家意象，其他中國大陸、香港參展單位之攤位設計亦十分吸引參觀者之目光，特別是香港 TVB 展館，除設計華麗外，其工作人員亦著統一制服，於展館周圍主動派送資料，場館另有舉辦多類活動及吉祥物活絡現場氣氛，營造熱鬧景象。



馬來西亞館以珠簾、玻璃設計呈現東南亞風情



日本館則以紅白相間圓圈設計凸顯該國形象



中國大陸杭州館之展場設計



香港參展單位太陽娛樂文化之玻璃屋展館設計



香港 TVB 展館



TVB 吉祥物與參觀者合影

就參展資料提供方面，除一般參展影片目錄書面資料外，日、韓等國影視官方單位除設獨立展館可供諮詢外，尚提供於該國投資、觀光、拍攝支援、政府獎補助資訊之多國語言導引手冊，日本並提供 2014 東京電視節(TIFFCOM)、東京國際音樂節(TIMM)及東京國際動漫節(TIAF)的相關資料，並附報名表，於填表後即可當場註冊報名，此等藉由參加國際展會進行本國影視產品、影視展、吸引投資及觀光宣傳等行銷方式，值得我國學習借鏡。



韓國電影振興委員會展館，供參觀者諮



日本之影視目錄、投資簡介及影展資訊

- 三、 透過與香港影視界人士訪談過程裡，發現台港影視界因中國大陸崛起，皆面臨著人才外移的情形，港府近年持續以教育的方式從基層培養生力軍，並以獎勵方式資助中小型電影計畫，藉由實際經驗的累積，新進導演在多年實戰磨練後，皆有不錯的成績。而近年台灣影視作品亦逐漸突破既有格局，呈現多元樣貌，未來本局將持續推動人才培訓及產業輔導政策，藉由更多國際合作空間，進行電影人才及技術的交流，以實質提升產業競爭力。
- 四、 本屆香港影視娛樂博覽適逢 10 周年盛大舉辦，透過結合多樣影視娛樂系列活動，擴大媒體宣傳效益，相關活動訊息露出亦相輔相成，足見香港政府匯聚多方影業、數位娛樂、演藝產業資源，合力推展影視發展，成為全年度亮點活動，可作為未來台灣辦理相關整合行銷活動之參考。

肆、 建議事項

- 一、 本屆有許多參展單位以多樣建材及設計元素佈置展區，考量香港影視展為本國影視作品推展國際之關鍵，且影像產業貴在其自由創意基礎，未來於台灣館展場設計規劃時，應可跳脫傳統以展版搭設之設計思維，以更為創新風格形塑整體視覺印象，結合本國優質佳作，相信將能吸引更多參訪人士佇留。
- 二、 本次參展作品仍以國片、電視劇及綜藝節目為大宗，未來可加強整合本國紀錄片、數位動畫、後製技術等參展商及其訊息露出，以展現台灣文化創意多元樣貌，期匯聚更多國際買家目光。且因近期日韓電視節目及名導盧貝松大片「LUCY」紛至台灣取景，透過影像傳播無遠弗屆力量，有效宣傳台灣各地美景及特有文化魅力，對於台灣觀光產業及國際間影視交流皆有所助益，故未來於展館應可增加台灣各地協拍中心資訊，以供海外影視製作單位規劃參考。

三、 本次與香港影視界人士會談，發現就影視作品之海外行銷策略方面，實應針對各區域文化差異、收視者觀賞之喜好，於作品題材、行銷策略進行「市場區隔」(Market Segmentation)。據此，本局刻正進行 103 年度「影視廣播產業趨勢研究」，分就資金、製作、海內外市場行銷策略等方面進行觀察及分析，以作為後續政策制定、計畫執行之參考；另本局行之有年之「電視業海外行銷補助要點」，亦會視各區域之影視市場狀況，進行滾動式調整及修正，面對其他華語市場及世界各國之競爭，未來本局將持續推動本國影視產業人才培育、產業輔導及國外行銷獎補助等政策，積極促進國際互動交流機會，擴展台灣影視作品市場廣度及深度，替台灣影視品牌價值塑造好口碑。

附註：

註 1：有關本次香港影視展相關數據及相關介紹，係參考官方網站所發布新聞稿訊息。

註 2：本文有關台灣館數據資料及台灣酒會貴賓媒體名單，係引用台北市影音節目製作商業同業公會彙整資料。