

出國報告（出國類別：考察）

# 加拿大影視音產業暨文創發展考察 心得報告

服務機關：文化部

姓名職稱：丁曉菁政務次長

出國期間：105年6月8日至6月17日

## 摘要

加拿大身處影視音產值最大的區域市場——北美洲，並且與全球影視娛樂產業龍頭美國好萊塢為鄰，透過參與其年度舉辦的班芙國際媒體節（Banff World Media Festival）及系列論壇趨勢交流，似可一窺加拿大影視產業如何找到機會，作為我國現階段影視音產業政策推動方向參考。

本次文化部政務次長丁曉菁於本年 6 月 8 日至 17 日間親赴加拿大，除參與班芙國際影視產業論壇，瞭解國際影視發展機會與趨勢、開拓我國影視產業進軍國際之行銷策略；同時亦以公視製播之兒少節目「老師，您哪位？」監製身分，出席班芙國際媒體節洛磯獎（Rockie Award）頒獎典禮及受獎，足以見得我國影視透過「深具國際共感又在地的台灣社會內容力」，仍有潛力擊敗英、德、荷蘭、加拿大，走上國際舞台。

本次考察亦就近參訪 Granville Island 文創園區、參加溫哥華台灣電影節活動，瞭解加拿大文創經驗並作為台灣軟實力發展參考。



# 目錄

壹、出差目的.....	4
貳、產業論壇趨勢.....	4
參、考察心得.....	5
一、台灣的故事可以很國際.....	5
二、文化部如何成為文化內容創新產業友善而便捷的觸媒轉換器.....	5
三、公視作為內容創新基地和商業媒體共進國際.....	6
四、多重虛弱、需要溫補，文化部當務之急.....	6
肆、政策建議.....	7
一、積極孵育並找出具產業化潛力的台灣優質 IP.....	7
二、參考洛磯獎「即時反映影視產業發展」思維，盤點金鐘獎獎項.....	7
三、配合傳播科技發展，發散公視創新動能.....	8
伍、行程安排與參訪.....	9
陸、參考附件：.....	10
一、Granville island 文創博物館.....	10
二、溫哥華台灣電影節.....	11
三、班芙國際媒體節.....	15
四、班芙國際媒體節—研討專題與主要的產業議題資訊.....	17

## 壹、 出差目的

加拿大身處影視音產值最大的區域市場——北美洲，並且與全球影視娛樂產業龍頭美國好萊塢為鄰，其產業政策透過年度國際影展活動和論壇進行趨勢交流，有助台灣掌握國際產業趨勢，思考現階段影視音產業政策推動方向。

此外，台灣公共電視自製兒少節目《老師，您哪位》這次能夠擊敗英、德、荷蘭、加拿大等國際主流製作單位贏得加拿大班英國際媒體節洛磯獎（Rockie Award），也值得進行案例分析：思考台灣影視內容未來如何前仆後繼的打進國際市場。

## 貳、 產業論壇趨勢

這次班英國際影視產業論壇，聚焦在數位革命中，影視音產業的機會與挑戰。來自全球 100 多個國家的專業人士，針對高風險高報酬率的影視音產業，在數位革命多平台的產業現況中，觀眾不再同一時間被群聚在電視機前，我們要如何觸達目標觀眾？建立新的商業模式？更是市場重新洗牌的最大挑戰。另一方面，新的數位科技（AR、VR）也衍生新的 story-telling 與 know-how，而大成本製作追求更精緻的製作品質與視覺效果的同時，小成本製作突破傳統框架的內容力，網路世界裡的 Creators 已經是數位時代不容忽視的生力軍。

加拿大文化部長 THE HONOURABLE MÉLANIE JOLY 在論壇開場中強調：政府有扶植產業經濟發展的責任，數位時代引發的產業革命持續進行中，全世界都面臨共同的挑戰。加拿大以英語和法語作為官方語言，我們有責任要發展雙語的文化內容，但我們也努力研究要如何進入不同的語言市場。加拿大是很年輕的國家，創作者也還在挖掘「Who we are？」不論是加拿大製作（made by...）還是為加拿大而做（made for...）都是我們重視的文化內容產業。

## 參、考察心得

### 一、台灣的故事可以很國際

歷史上台灣的命運讓我們總是從別的國家（日、中、美、荷蘭...）眼中認識自己。一元史觀的教育，讓多數台灣人，只在某個框架中理解自己的身世，書寫單軌的故事。文化部以振興文化內容產業為目標，我們必須更有效的讓多元史觀的故事不再受到單一意識形態的壓制。用新鮮的眼光重新發現台灣與世界的各種連結，透過書寫，畫畫，影視音...等各種形式的創作，反映出更貼近真實的多元台灣，我國的文化內容力才得以進一步向外展開，進而讓世界從台灣輸出的文化內容中，找到自己主流史觀下失落的一角。

試舉一個想像：邱永漢筆下的《香港》書中來自台灣的主角與日本走私集團，他的身世又跟 17 世紀荷屬東印度公司（後來落腳台灣），以及後來的嘉義茶產業息息相關...。台灣的故事可以「很國際」，事實上本次影展活動期間，一家加拿大的製作公司就積極尋找台灣與新加坡的合製對象，籌拍有關東印度公司的故事，因為他知道中國當局不會支持他的故事發展。

### 二、文化部如何成為文化內容創新產業友善而便捷的觸媒轉換器

班芙國際媒體節 37 年來與時俱進的節目類型獎項，從劇情、紀實、兒少、大眾娛樂四大項下展開共 22 個競賽獎項，除了傳統的兒少節目、紀錄紀實節目獎，還包括互動節目內容獎、品牌內容獎（置入性行銷節目）、實境節目等等新鮮的節目獎項，即時反應影視產業的最新發展。台灣三金的獎勵類型和內容產業振興之間的連接性，需要盤點和政策性的調整，另外也建議部裡關於內容產業面的大小補助案建立結構性的補助思維，尤其對於有產業發展潛力的 IP，從政策面發揮引領功效，協助創作者和內容產業找到新的生機。不論是動漫、戲劇、小說、圖文書、音樂、遊戲...的跨界合作，靜態的平台已經不符合產業革命中各方尋求新模式求生存的需要，業務單位應進一步思索如何成為友善而便捷的觸媒轉換器，並且打造有助文化內容產業發展的環境與生態系。

### 三、公視作為內容創新基地和商業媒體共進國際

班芙國際媒體節是全球影視龍頭市場北美洲的主流影視活動，重要性等同國際艾美獎，本屆參與洛磯獎競賽的國際媒體有美國三大電視網 CBS、ABC、英國 BBC、法德 ARTE，以及 HBO 等，超過 100 個人圍作品角逐 22 個獎項。在台灣頗具知名度的美劇「權力遊戲」( Game of Thrones )、「實習醫生葛蕾」( Grey' s Anatomy ) 也在得獎名單之列，中國的「我是歌手」亦入圍「MUSIC AND VARIETY」單元。公視的自製兒童節目能夠打敗同組英、德、荷蘭和地主國加拿大等列強，靠的不是技術資本，而是一種深具國際共感又在地的台灣社會內容力，這也是我們文化內容產業走進國際主流舞台可行的路徑。

公視的內容力需要更多具有勇氣和膽識的製作眼光，成為內容的創新基地，而台灣的商業影視內容製作人也需要更多的國際市場最新趨勢和資訊，才能像韓國製作單位入圍者坐滿一整個圓桌，並以團體作戰的模式打入國際市場。

### 四、多重虛弱、需要溫補，文化部當務之急

班芙國際媒體節的論壇議題設定與競賽獎項分類，在在反映加拿大的影視發展有別於美國好萊塢的明星氣質，班芙完全放棄設置表演類的競賽獎項，聚焦產業趨勢，數位發展和製作交流，雖然沒有美國好萊塢式的明星製造機，加拿大依然找到自己的產業定位，發展出令全球同業無法忽視的影視實力。好萊塢商業大片包括：神鬼獵人、全面啟動、冰血暴、斷背山...等皆在加拿大取景拍攝，累積深厚製作實力。

反觀台灣，文化內容力處於多重虛弱，當務之急是與教育部合作，加速解放單一史觀的思想束縛，重建移民社會多元台灣的文化主體性和國際識別度。另一方面，在網路時代的數位革命中，內容產業的商業模式丕變，文字或漫畫出版，以及影視音動畫產業已經無法單打獨鬥，需要整合性的政策支持 and 發展思維，各式各樣的智慧財產 ( IP ) 需要加速其被發掘以及具有企劃性格的動態平台協助其跨界發展。因此組織再造需要改變一產業一平台的政策扶植，改以一平台帶動多個內容產業連結，建立新的文化經濟模式。

## 肆、政策建議

### 一、積極孵育並找出具產業化潛力的台灣優質 IP

台灣文化底蘊深厚，然而影視產品對於台灣故事的敘寫，卻顯得單薄，台灣的 IP 在哪裡？說故事的人在哪裡？是文化部首應重視的問題。

本次我國公視自製《老師，您哪位》能在洛磯獎兒童節目類打敗同組英、德、荷蘭和地主國加拿大等列強，靠的不是技術資本，而是一種深具國際共感又在地的台灣社會內容力，這也是我們文化內容產業走進國際主流舞台可行的路徑。

根據瞭解，中研院過去執行製作的「ccc (creative comic collection) 創作集」，係以台灣第一本漫畫人文誌自居，其號召了擅於編寫故事的人才，以及多名插畫家與漫畫家，在台灣文化中尋覓創作素材，從各種不同角度賦予其全新的意義，創造出從未想像過的數位典藏新風貌。目前已就台灣女性風貌、節慶祭典、城市風貌、七月半鬼故事、福爾摩沙災難、食物戀、民主群眾之聲、戲臺風華、飄丁男子漢(郵務士、鐵路技師、作業員等)、台灣人闖天涯、廟會與神明故事、重量級女文學家、台灣壯遊、台灣婚嫁傳統與外籍新娘、冥婚與殺人事件、台灣職人、台灣國寶、日治時代那些事、海潮紀事、異鄉人在台灣...等 20 集。這些故事融入台灣人文情懷、藉由漫畫為載體，以創新吸引人的觸筆勾起閱聽眾注意力。

雖本計畫在中研院的經費資源減少及核心目標轉移下有暫緩之勢，文化部將重拾其計畫精神，從這裡、或挖掘其他存有 IP 故事的所在，多元尋求故事的跨界發展可能性。

### 二、參考洛磯獎「即時反映影視產業發展」思維，盤點金鐘獎獎項

與時俱進的洛磯獎 (Rockie Award) 的獎項，即時反應影視產業最新發展，例如 22 個獎項中，除了傳統的兒少節目、紀錄紀實節目獎，還包括互動節目內容獎、品牌內容獎 (置入性行銷節目)、實境節目等等新鮮的節目獎項。

以品牌內容獎為例，洛磯獎在本獎項定義要求「劇集或節目，有特色地將產品或服務的品牌置入故事情節或娛樂節目，內容所含的娛樂價值應比產品特質突出，且不可以直接打廣告。」本屆得獎作品「Carmilla」由靠得住 (Kotex) 公司製作，描寫吸血鬼卡蜜拉 (Carmilla) 在大學校園與室友勞拉的故

事，本劇透過本劇卡蜜拉的角色，替消費者(本劇訴求主要觀眾群為年輕女性)與此品牌重新塑造親切友善的關係，提升消費者對品牌的好感度；另一入圍作品「Two Bellmen」為萬豪飯店 ( JW Marriott Hotel ) 製作之喜劇作品，故事內容描述兩個萬豪飯店行李員在飯店中發生的事件，本片執行製作人 David Beebe(亦為萬豪飯店副總裁)指出，他們對於品牌採取的策略是：「不再打斷人們觀看有興趣的內容，而是成為他們有興趣的內容。」從上述例子，可發現品牌置入作法，並非僅可粗暴的將產品畫面或產品介紹放進劇情橋段，而是可以透過創意呈現，讓商品及影視內容走向雙贏。此獎項引導、示範了增加品牌認同的置入手法，與我國影視內容缺乏資金活水的注入、國家通訊傳播委員會對於品牌置入的規定亦走向鬆綁的趨勢，互相呼應。

文化部將通盤及政策性檢視金鐘獎獎項，研議符合國際市場趨勢且值得政策鼓勵的節目類型納入獎勵對象之可行作法。

### **三、 配合傳播科技發展，發散公視創新動能**

相較於商業電視台，台灣公共電視具備較多實驗、創新的條件，其成功經驗亦能有效為國內影視界起示範作用。在國際播映平台與技術科技起飛趨勢下，超高畫質、特效動畫若能與故事內容互相輝映，勢能起加成作用。

文化部將透過爭取補助公視展開超高畫質影音內容之製作與服務，促進超高畫質內容產製，並藉由高畫質技術與符合國際水準預算，開發說台灣自己的故事的超高畫質戲劇，以戲劇傳遞文化詮釋歷史時代氛圍；組成跨領域專家之製播團隊與產業鏈進行策略聯盟、帶動國際市場台灣戲的劇能見度。

## 伍、行程安排與參訪

時區	日期	行程
臺灣時間	6/8 (三)	臺北桃園飛往溫哥華
加拿大時間	6/8 (三)	傍晚抵達溫哥華
	6/9 (四)	拜會駐溫哥華台北經濟文化辦事處、參訪 Granville Island 文創園區
	6/10 (五)	參加溫哥華台灣電影節
	6/11 (六)	溫哥華飛往卡加利、抵達班芙
	6/12 (日)	參加開幕活動 專題講座：“DON’ T BLOW IT AT YOUR NEXT PITCH MEETING” WITH JEANNE AND MARK SIMON 別搞砸了你的下一場提案 ( 宣傳 ) 會議
	6/13 (一)	<b>上午場</b> * 圓桌論壇：在數位時代，加拿大所面臨內容與文化的機遇和挑戰 * 專題研討：THE ART OF STORYTELLING WITH VR * 專題研討：ENTERING THE AGE OF EXPERIENCE：2016 KEYTRENDS REPORT * 專題研討：THE IMPORTANCE OF STORYTELLING IN A MULTI-PLATFORM WORLD：CMOS TELL ALL <b>下午場</b> * 專題研討：HOW ENTERTAINMENT COMPANIES ARE WINNING BIG WITH INFLUENCER CONTENT * 專題研討：WHAT THEY WANT，WHERE THEY WANT IT，AND HOW THEY FIND IT：KIDS CONTENT DISCOVERABILITY
	6/14 (二)	<b>上午場</b> 圓桌論壇：在全球範圍內，如何改進已出口加拿大內容的發現能力 <b>下午場</b> 洛磯獎 ( Rockie Award ) 頒獎典禮
	6/15 (三)	<b>上午場</b> 圓桌論壇：國際聯合製作和聯合創投的籌資模式 <b>下午場</b> 閉幕會
6/16 (四)	班芙開往卡加利，卡加利飛往溫哥華、溫哥華飛往臺灣桃園	
臺灣時間	6/17 (五)	晚間抵達臺灣桃園

## 陸、參考附件：

- 一、 **Granville island 文創博物館** (以下介紹摘錄自林崇傑、陳信良、陳建華，2009·臺北市政府都市發展局出國報告「加拿大溫哥華都市水岸地區再發展模式實例」內文 32 頁)

Granville island 早年沿著 False Creek 旁的區域都是工業用地，到了 1970 年代因區域污染、衰敗，導致整個工業區停工。後來由房地產公司 Pivotal 提出改造計畫，「市區商業改進協會」( Downtown Business Improvement Association 簡稱 DBIA ) 參與行銷，透過當地市政廳與聯邦政府的代理參與和經營管理，使它成了今日的人文薈粹之地。

Granville Island 當初的發展目標即是以藝文、娛樂及都市休憩區為主軸；目標是在創造一個適合從事藝文和休憩活動的城市樂園，結合了當地的休閒旅遊業、造船工業、藝術教育機構、觀光旅遊業、餐飲中心、商店、藝術家工作坊、兒童設施和博物館，發展成為一處結合自然生態、觀光、休閒遊憩和文化藝術的的創意園區。目前葛蘭湖島園區是由加拿大聯邦政府委託加拿大房屋貸款局 ( Canada Mortgage & Housing Corporation ， 簡稱 CMHC ) 經營，CMHC 成功的經營管理，不但使葛蘭湖島園區美夢成真，且成為北美地區「閒置空間再利用」的典範。



▲ Granville Island 配置圖及空照圖

## 二、溫哥華台灣電影節 (以下摘錄自溫哥華台灣電影節官方網站

<http://www.ubcle.com/TWFF2016/home-C.html>)



溫哥華台灣電影節 ( Vancouver Taiwan Film Festival · 簡稱 TWFF ) 是 2007 年起 · 由英屬哥倫比亞大學的台灣學生社團「等等主義研究社」( 簡稱 UBCLE ) 所發起、主辦的非營利大型文藝活動 · 為加拿大大規模的台灣影展 · 2016 年邁入了第十屆 !

每年六月舉辦的溫哥華台灣電影節 · 精心挑選出年度優質的台灣電影、微電影 · 並舉辦座談 · 讓更多的溫哥華觀眾觀賞台灣的代表作品、交流之餘 · 進而對台灣文化與藝術產生共鳴和感動 · 為台灣電影藝術與加拿大主流社會搭建起一道橋樑。

溫哥華太陽報 ( The Vancouver Sun ) · 喬治亞週報 ( The Georgia Straight ) · 都有不小篇幅特別報導今年此一盛會。

今年為期三天的電影作品如下：



**FRIDAY, JUNE 10**  
5:00pm The Moment | 我們的那時此刻  
7:20pm Welcome to the Happy Days | 五星級魚干女  
9:25pm Baby Steps | 滿月酒

**SATURDAY, JUNE 11**  
11:00am Fly, Kite Fly! | 老鷹想飛  
12:40pm Wansei Back Home | 灣生回家  
3:00pm Panay: Children of the Sun | 太陽的孩子  
5:05pm Baby Steps | 滿月酒  
7:15pm The Laundryman | 青田街一號  
9:35pm Welcome to the Happy Days | 五星級魚干女

**SUNDAY, JUNE 12**  
3:00pm The Moment | 我們的那時此刻  
6:20pm Panay: Children of the Sun | 太陽的孩子  
8:35pm Elena | 愛琳娜

榮譽贊助：



共同主辦單位：



UBCLE 等等主義研究社

等等主義研究社 UBC Literature Etc. (UBCLE) 是英屬哥倫比亞大學 (University of British Columbia) 第一個由台灣學生所創立，結合生活與文藝的全方位非營利社團。自 2002 年夏天創社以來，每年出版兼顧文藝與實用性的社團雜誌 leMook，不僅提升了華裔學生的人文視野，也開啟創作發表的平台。UBCLE 更定期舉辦涵蓋攝影、美術、音樂、電影、文學等領域的非營利文藝交流活動，擴大文化推廣的經緯度。行之有年的 Mini Studio 及 leBizarre Party 等主題系列亦奠定了 UBCLE 的專屬品牌與口碑。



## TCCS 台加文化協會

於 1991 年由近四十位熱心的台灣移民共同創立。協會的宗旨在協助新移民融入本地主流社會，並促進台灣與加拿大兩地的文化交流。目前，台加文化協會已擁有超過三千個家庭和個人會員，透過協會所舉辦的各項活動與講座，讓新移民們能夠了解及適應本地社會的生活，儘早融入主流社會；同時協會每年舉辦大型活動，如馬寶舞蹈節，台裔青少年音畫派對，台灣農曆新年展並與本地學校交流、參與 exploreAsia 亞裔傳統月等等活動，透過各項多樣的表演和展覽，讓本地的人士瞭解台灣文化。經過多年的努力，台加已成為政府及民意機構制定移民相關政策的諮詢對象之一。為了替來自台灣的移民爭取應有的權利，提昇台灣移民在加拿大的地位，台加文化協會積極參與本地的各種活動及公共政策制定過程，更鼓勵我們的會員跨出華人社區，走入主流社會。



## VIFC 溫哥華國際電影中心

溫哥華國際電影中心 VanCity Theatre 全年放映來自世界各地的優質影展電影。溫哥華國際電影節著名的策劃團隊精選具備獨特性、相關性、娛樂性的電影，提供溫哥華電影愛好者欣賞。作為本地知名活動「溫哥華國際電影節」的主辦方，溫哥華國際電影中心也為企業與個人提供優質的租賃服務。經過精心出色的設計與巧思，VanCity Theatre 旨在竭誠為電影愛好者帶去卓越非凡的觀影體驗。



丁政務次長蒞臨第十屆「溫哥華台灣電影節」(一)  
(中)駐溫哥華辦事處李處長志強；(左)加國聯邦眾議員 Hedy Fry



丁政務次長蒞臨第十屆「溫哥華台灣電影節」(二)  
(左起)駐溫哥華辦事處李處長志強、新銳導演洪馬克先生、國片「我們的那時此刻」製片朱詩倩女士、丁政務次長、卑詩省省議員 John Yap、省議會助理副議長 Raj Chouhan。

### 三、班芙國際媒體節 (以下綜整自「班芙國際媒體節」網站相關介紹及報導)

加拿大班芙國際媒體節 ( Banff World Media Festival )，由加拿大電視臺主辦，迄今已有三十餘年的歷史，具有電視界的「奧林匹克」競賽之稱，在全球電視圈重要性等同國際艾美獎。班芙國際媒體節洛磯獎 Rockie Award 涵蓋了包括電視劇、紀錄片、兒童節目、動畫片和網路連續劇在內的共 22 個分類，每年都會有來自超過 40 個國家、1000 多部優秀的廣播電視和數位內容作品參與獎項競爭，是一年一度國際影視媒體盛事。

班芙國際媒體節除了作品的參賽交流之外，也致力於為業界人士創建人際網路，發展合作夥伴及開發新創概念提供一個理想平台，以及可面對面洽談的媒體交易市場。

班芙國際媒體節每年設計的名人大師班、個案研究、專家預測、議題研討會等一系列活動，邀請的講者都是業界頂尖人物，議題也都相當有討論性、緊扣趨勢發展、洞察新知，難怪每年參與盛會的人員除電視行業外，還能吸引到數位媒體、廣告、音樂界、政府相關部門及出版發等相關行業成員參與接觸。不管你是來吸收新知，結識新朋友，或是尋找合作夥伴或是尋找伯樂，絕對不能錯過。





四、班芙國際媒體節—研討專題與主要的產業議題資訊 (以下摘譯自班芙國際媒體節官方網站 <http://banffmediafestival.com/>)

·議題資訊—

論壇主題	<p><b>“DON’ T BLOW IT AT YOUR NEXT PITCH MEETING” WITH JEANNE AND MARK SIMON</b> 別搞砸了你的下一場提案 ( 宣傳 ) 會議</p>
論壇時間	06/12 15 : 00~15 : 30
介紹	<p>你知道在一場提案會議中，你的媒體買家期待什麼？又如何打動買方？</p> <p>參與這場講座，提案專家馬克·西蒙，與「賣您的電視概念」公司創始人珍妮·西蒙，將對你分析在會議中哪些行為不該做，後續追蹤會議，以及行之有效的戰略分享，以確保您的電視節目得以被認真考慮。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 會議中長官期待你什麼？</li> <li>* 你如何架構一個提案有最大效應？</li> <li>* 什麼是要避免的錯誤？</li> <li>* 長官會問你哪些問題？</li> <li>* 你該問哪些問題？</li> </ul>
講者	<p><b>*JEANNE SIMON / FOUNDER， SELL YOUR TV CONCEPT NOW</b></p> <p>珍妮·帕帕斯西蒙一直是製片人、作家，在娛樂行業資歷超過 25 年。她生產超過 400 部以上的電視連續劇。</p> <p>珍妮和馬克從洛杉磯搬到了奧蘭多，幫助啟動在環球影城中的 Nickelodeon Studio。在那裡，她開發了尼克生產管理書籍，產製了許多的尼克評價最高的節目，囊括 Nickelodeon 的週六晚上的黃金時段的一半 ( SNICK block )。</p> <p>除了製片工作的成功，她也是顯著成功的內容的創作者。The Gen X Network，是她為特納廣播 ( TurnerBroadcasting ) 所共同研製的當紅代表作。</p> <p><b>*MARK SIMON / PRODUCER/DIRECTOR， A &amp; S ANIMATION INC.</b></p> <p>馬克·西蒙在娛樂行業 26 年多 ( 製片人和導演的真人和動畫、寫作和講學 )。馬克以他的原創概念就曾提案與售出 40 多個製作與行銷交易，並與迪斯尼、尼克、高爾夫頻道、HSN 和其他團隊內部合作。</p>

	<p>馬克與 Toon Boom 軟體團隊的合作贏得了 2012 黃金時段工程艾美獎 · ( 故事板 ( 分鏡 ) 繪畫工具-Toon Boom Storyboard Pro )。他還入選了學校 DAVE ( 數位動畫與視覺效果學院 ) 名人堂 · 第三位入選者。</p> <p>「賣您的電視概念 ( SELL YOUR TV CONCEPT NOW )」公司是西蒙公司擁有的三家國際公司之一 ( 在佛羅里達州奧蘭多 )。它是由來自業內人士和數不清的外人想要渴求馬克的提案技巧和成功記錄的這些請求而啟發。他的 A&amp;S 動畫公司客戶包括，如迪斯尼、環球、維亞康姆、索尼、HBO、尼克、FOX、斯塔茨、史蒂芬·斯皮爾伯格、美國網絡、ABC 電視和其他許多人。他是福克斯的牙齒仙女 2 主演拉里網絡專家和環球的 2014 年發行的小混蛋的動畫製作。他也是十大熱門行業文本的作者，和世界各地、娛樂貿易學校與大學都有講座。</p>
<p>相關連結</p>	<p>*了解 SNICK : <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/SNICK">https://en.wikipedia.org/wiki/SNICK</a></p> <p>SNICK is a two-hour programming block on the American cable television network Nickelodeon · geared toward older audiences · that ran from August 15 · 1992 until August 28 · 2004.</p> <p>*參考網站 : SELL YOUR TV CONCEPT <a href="http://www.sellyourtvconceptnow.com/success-stories/">http://www.sellyourtvconceptnow.com/success-stories/</a></p>
<p>活動照片</p>	

<p>論壇名稱</p>	<p><b>ROUNDTABLE SERIES : OPPORTUNITIES AND CHALLENGES TO CANADIAN CONTENT AND CANADIAN CULTURE IN A DIGITAL AGE</b>  <b>圓桌論壇：在數位時代，加拿大所面臨內容與文化的機遇和挑戰</b></p>
<p>時間</p>	<p>06/13 08 : 00 - 09 : 00</p>
<p>介紹</p>	<p>加拿大文化遺產部部長在法律和規章制度下，宣佈兩大支撐文化產業的目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 ) 確保規章制度反映了我們新的數位現實</li> <li>2 ) 為世界舞台創造加拿大內容</li> </ol> <p>加拿大人對數位內容的需求穩定增長提供了令人興奮的成長機會。我國文化產業有望從吸引到目標觀眾與那些試圖接觸這群客戶的廣告商的線上創新和發展中獲益。與此同時，隨著觀眾越來越依賴於數位內容，我們的行業需要謹慎認知傳統電視對於加拿大的文化和內容扮演的角色。聽聽高層他們討論在數位時代對未來加拿大的文化產業的看法。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 我們如何定義一個數位時代的加拿大內容和文化？</li> <li>* 在數位時代，誰是加拿大文化產業的贏家和輸家？</li> <li>* 非數位化平台的的角色，以及他們如何貢獻到加拿大的文化？</li> <li>* 在傳統平台和數位之間是否有其生態系統？Is there an eco-system between “legacy” platforms and digital？如果是的話是什麼樣子呢？</li> <li>* 身為加拿大創作者，如何建立，維護，更重要的是，在一個擁擠的數位空間中賺取觀眾？</li> </ul>
<p>與談人</p>	<p><b>JOE TEDESCO / Senior Vice President and General Manager , DHX Television</b></p> <p>喬·特德斯科，高級副總裁兼 DHX 電視台的總經理，負責 DHX Media 的廣播資產整體的發展和壯大。喬於 2001 年加入家庭頻道作為網絡的副總裁兼總經理，在他任職期間，他一直負責推出另外三個青年網絡中同時管理日常的運作，戰略發展以及四個付費頻道的整體財務表現。在加入 DHX 電視之前，喬·特德斯科擔任 Astral Television Networks 財務和業務事務高級副總裁，在這個崗位上，他負責管理財務、法律和 IT 部門，他還負責管理主要供應商和客戶的關係，包括與好萊塢各大電影公司和分銷商談判長期供應和分銷協議。特德斯科先生目前擔任一個不以營利為目的的媒體公司 Accessible Media Inc.的董事局主席職務，致力於經營為視覺和聽力障礙提供娛樂的電視頻道。他是一名註冊會計師，擁有多倫多大學商業學士學位。</p>

**CHRIS KNIGHT / President and CEO · Gusto Worldwide Media**

業界老將的克里斯奈特 ( Knight ) 是 Gusto Worldwide Media 總裁兼首席執行官。他的創新和高度風格化的美食生活型態內容是世界聞名。前奈特企業，是加拿大最成功的獨立媒體製作公司，自 1997 年以來奈特已經創建製作數百小時的原創電視節目，出現在超過 170 個國家。

2013 年，奈特推出趣味電視，加拿大最好的食品和生活頻道。他的想法是創建一個真正垂直一體化的品牌，然後播出和發行所有自己的原創內容如書籍，商品和電子商務，同時開發配套的收入來源。在 2016 年，貝爾傳媒收購了加拿大趣味的電視品牌，在一個開創性的合作夥伴關係，使趣味世界各地媒體創造數百原創內容小時幾年來。趣味電視，預計 2016 年底前在幾個新地區推出。

奈特也是一個屢獲殊榮的作家，他根據他的流行電視節目出了九本暢銷食譜。他榮獲國際美食家世界美食大獎，並已被提名好幾個詹姆斯·比爾德獎 ( James Beard Awards )。一位衷心的食物愛好者，奈特早期就在倡導在地食材與慢食運動，在義大利 Gastronomic Sciences 大學擔任客座教授。

**CLAUDE GALIPEAU / Country Manager · Canada · Yahoo!**

CLAUDE GALIPEAU 是雅虎加拿大國家經理，也是班英國際媒體節基金會董事，安大略藝術設計學院、想像力催化劑諮詢委員會顧問 ( Imagination Catalyst Advisory Council )、極端創業與溝通科技公司導師 ( Extreme Startups and Communittech )、Syncapse 的前首席運營官兼顧問...等豐富的數位媒體經驗。雙語 ( 法語/英語 )

活動照片



論壇名稱	<b>THE ART OF STORYTELLING WITH VR</b>
時間	06/13 09 : 00 - 09 : 30
介紹	<p>虛擬實境 ( VR ) 已經從科幻夢想走到主流，在現實之中。隨著快速增長的受眾平台，吸引了頂尖創作者、藍籌股和新興品牌、一長串企業名單致力於使這一新的實相整合橫跨多重產業。</p> <p>現在的問題是生產者如何駕御這些電影學院 101 法則 ( 指傳統教學 ) 都不再適用的新媒體挑戰？cue 到說故事這件事...。隨著主要品牌推動 VR 向前內容分發，軟件和硬件之一；三星集團匯集了將分享內容概念、腳本、創作、發行和合作夥伴/促銷參與的早期最佳做法之思想領袖小組。該小組將目光回答五個問題，以幫助推動對話：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 這種身臨其境的獨特的內容體驗如何強化「說故事」這件事？</li> <li>* 如何能拍攝 360 度全影相最佳化？</li> <li>* 哪裡是 VR 內容與傳統媒體之間的結合？或者 VR 是 UGC 的下一個領域？</li> <li>* VR 如何影響角色發展與和觀眾的同理心？</li> <li>* 隨著 Vice ( 北美洲的雜誌 )、環球郵報，赫芬頓郵報，今日美國，紐約時報和 CNN 對 VR 生產的認可，VR 會是 21 世紀的新新聞媒體？</li> </ul>
與談人	<p><b>JACQUES MÉTHÉ / President，Cirque du Soleil Media</b></p> <p>多年來雅克 Méthé 作為一個製片人和監製已經建立了良好的聲譽。他指導許多項目，並與不同公司合作如 Toronto' s Rhombus MediaAtlantique Productions in Paris and Montreal' s TVA International，以及與一些知名導演如 Yves Simoneau、François Girard、Christian Duguay、Bennett Miller and Denys Arcand 合作。2005 年，雅克加入太陽馬戲團作為執行製片人及總幹事。從那時起，他已為多部電影執行專案。在他的注視下的專案有包括為微軟、歐洲電視網、超級杯、魁北克市 Les Chemins Invisibles 和第 84 屆奧斯卡金像獎所呈現的太陽馬戲團現場場面特別活動，還有許多。</p> <p>著迷於前衛的技術，他現在證明是在該領域一個有遠見的戰略家。在與詹姆斯·卡梅隆製作 3D 特色的太陽馬戲團名劇："World Away" 之後，他現在正著手開發虛擬現實相關的內容。他在 2012 年成為太陽劇團媒體的總裁，現在涉足電視，電影和數位平台領域的各種項目。</p>

**RANDY LENNOX / President · Entertainment Production and Broadcasting · Bell Media**

作為一位娛樂製作及廣播總裁，蘭迪倫諾克斯監督 Bell Media 的英語獨立和內部生產的所有常規，還有付費電視的領導。在同行業擁有超過 25 年的經驗，是一位經驗豐富的娛樂老將，倫諾克斯也監督所有英語和法語廣播電台與地方廣播電視資產。

此前，倫諾克斯是環球音樂，國內領先的音樂公司的 CEO，在那裡他幫助提升加拿大的人才走向國際舞台，包括賈斯汀·比伯、仙妮亞唐恩、德雷克、達理、戴安娜克勞、Nickelback 樂隊、男高音...等等。其才華和工作被認可為加拿大和多倫多的前 50 位最有影響的人物之一，他也是 CTV 的冬季奧運會會歌「我相信」的執行製片人，是加拿大星光大道的執行製片人。

在過去的十年，而音樂行業一直在處理其歷史上最大的挑戰 - 包括轉向數位的聽力和其貨幣化 - 倫諾克斯交付的領導和遠見，以幫助在此期間的變化環球音樂加拿大茁壯成長。倫諾克斯已榮獲七次與加拿大音樂週年度區別的執行，以及他的領導下，通用被評為年度最佳 CMW 的音樂公司連續 15 年。倫諾克斯已被評為加拿大音樂名人堂和廣播行業會館的成員，是導演音樂加拿大，CARAS 和名望加拿大的步行董事會；省長梅西音樂廳和羅伊·湯姆森音樂廳的董事會；和安大略省的文化顧問委員會成員。

倫諾克斯的慈善時間和努力在國內和國際都幫忙募到許多慈善基金。2011 年，倫諾克斯贏得了年度最佳單一個朱諾大獎生產“旗幟飄揚”一單引發超過 200 萬美元的救災資金\$海地。倫諾克斯是 Smilezone 基金會，加拿大慈善機構，旨在改善面臨疾病，殘疾，以及身體和情緒障礙兒童的生命之董事。

**PATRICK MCGUIRE / Head of Content · VICE Canada**

麥圭爾帕特里克是一名記者和紀錄片製片，目前是「VICE」(雜誌)加拿大內容主管。VICE 今年推出他們的加拿大電視網 VICELAND，帕特里克一直對團隊負責原電視製作，還有針對青年的數位與印刷媒體，橫跨渠道網絡 (online-channels) 與月刊雜誌。

**J. LEE WILLIAMS /CEO · Occupied VR**

一個屢獲殊榮的視覺特效+動畫導演，在他多年的製作有很多改變的自我：插畫，動畫，視覺特效總監，商業+電影導演以及最近的沉浸式體驗設計師。他是「1188 Films」(加拿大的頂級商業化生產的公司之一)

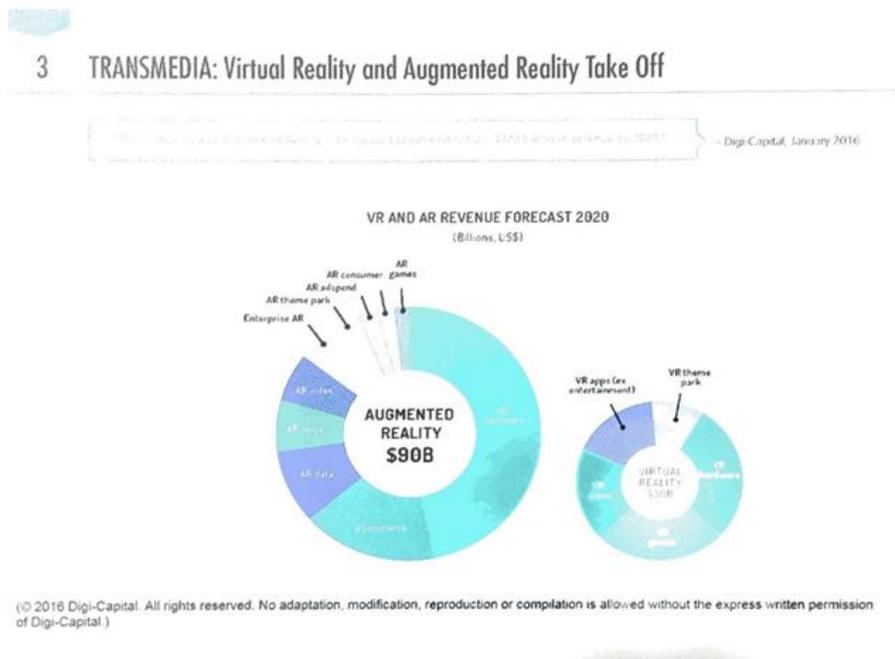
的共同發起人，此公司將電影，視覺特效，動畫和設計融入到品牌和藝術家引人注目的多平台體驗。他執導的獲獎身/心/更改 CFC 媒體實驗室和 TIFF 合作生產，由蘭斯韋勒和主演大衛·柯南伯格創作方向。

他最新的公司，Occupied VR，是目前專注開發 VR、AR 和全息通信工作呈現的公司。雖然是個年輕的公司，Occupied VR 已經為很多品牌如：耐克，英特爾，瘋狂體面，索尼，NBC 環球媒體，大衛·柯南伯格..等開發身臨其境的體驗了。

### PHILIPPE LOZIER / Director, Content & Services, Samsung Canada

作為加拿大三星電子內容與服務主任，菲利普率隊一組創意型戰略家和培訓合作夥伴關係經理，以保持他們注意大事情和機會，在哪裡講故事，可以通過虛擬現實和視頻的視覺資產活起來的。擁有超過 20 年的經驗，5 年三星加拿大，菲利普在發展新的業務和合作夥伴機會有多個良好記錄：產品類別包括無線範圍內的，以幫助提供具有視覺吸引力和娛樂性的內容為品牌及其合作夥伴互惠互利。菲利普非常興奮可藉班芙會議這個機會，為三星的 Galaxy 智能手機、平板電腦、智能電視、可穿戴設備、三星付費機制和 VR 提供創造性的動態內容體驗。

相關圖片



<p>論壇名稱</p>	<p><b>STRATEGIC BRAND PARTNERSHIPS : TAKING YOUR RELATIONSHIP TO THE NEXT LEVEL</b>  <b>品牌戰略合作夥伴關係：讓你們的關係更上一層樓</b></p>
<p>時間</p>	<p>06/13 09 : 00 - 10 : 00</p>
<p>介紹</p>	<p>品牌戰略合作夥伴關係在放大觀眾，在競爭的新市場中帶來機會，與發展銷售中都是一種建立生意非常有效的方式。這些新發現的「友誼」將其帶到一個新的水平，且在他們各自的權利中成為「權力情侶」。讓我們跟三位高層管理人員的示範學習 ( Canada Goose , Fairmont , Roots , NAMARA ) 以及 Reebok 今天確保成功和蓬勃發展的合作夥伴關係的最佳做法學習。</p>
<p>與談人</p>	<p><b>MICHAEL BANCROFT / Executive Producer , Bloomberg TV</b>  邁克爾是 SiriusXM ( 天狼星衛星廣播公司 ) · 167 頻道 · 「The Feed」節目的共同主持人之一。他也是彭博電視加拿大的執行製片人。他負責製作、編輯，並在加拿大生產彭博電視節目的技術管理的各個方面。四個賽季，他是國際分佈式數位字生活方式的電視節目應用中心為 CTV 電視網主持人和節目製作。  邁克爾還製作了商業新聞網 ( BNN ) · 加拿大國家電視台新聞聯播專用於商業和金融業。他一直負責啟動，並採取以空中國每天直播節目，有 Business Day · Commodities · Market Call Tonight · Market Sense and The Street 。  他在澳大利亞廣播公司 ( ABC ) 在澳大利亞布里斯班開始了他的職業生涯播出。邁克爾一直住在東京 · 悉尼 · 倫敦 ( 英國 ) · 洛杉磯工作，現在多倫多。他經歷了影視製作的各個方面，作為一個作家、製片人、持人和新聞主播。  除了廣播網絡，包括 CBS · CNBC · 網絡十和七網絡工作，他還獲得了格里菲斯大學，碩士，博士在新聞加州大學洛杉磯分校傳播學學士學位，並從昆士蘭科技大學 ( QUT ) 金融 MBA 學位。邁克爾也是一個狂熱的三項全能運動員，且會講日語。</p> <p><b>NATALIE MACNAMARA / Agent , Producer , NAMARA represents</b>  娜塔莉是 NAMARA represents 機構的創始人、老闆、紀人和製片人。娜塔莉培育機構成員和客戶之間的協作和夥伴關係文化，生產與強大的視覺敘事與簡單性和美感傳達客戶的核心信息的目標。  娜塔莉主修攝影，瑞爾森大學學院的畢業生。在創立 NAMARA represents 機構之前，她挾著商業藝術策展和銷售這方面的經驗和教育長</p>

達十年的職業生涯。除了推介不同藝術家的熱情，娜塔莉也有私人收藏、策展國際藝術展覽和比賽。

### **JIM GABEL / President and CEO · Roots Corporation**

詹姆斯·加貝爾先生，是知名服飾 Roots Corporation 首席執行官和總裁，他擁有超過 24 年的鞋類和服裝行業經驗。

### **KEVIN SPREEKMEESTER / CBO · Canada Goose**

凱文 Spreekmeester 是戶外用品品牌「加拿大鵝」首席品牌官。隨著市場營銷、廣告和新聞攝影的背景，他用獨特的技能幫助加拿大鵝品牌知名度的提升在全球舞台上。

凱文每件事的核心做法就是講故事是：他的用此方法來營銷是得天獨厚的，也是來自於他花了多年時間用鏡頭記錄了從北極風景到非洲野生動物的影響，多年。無論是通過戰略夥伴關係和贊助或創新活動，凱文定義在多個內容頻道，懸加拿大鵝的聲音。他駕馭公司獨特的遺產，「加拿大製造」的承諾，並幫助其成為了相關的斯堪的納維亞半島、美國、歐洲和亞洲市場。2015 年凱文被命名為廣告時代雜誌的創意 50 強榜單。

凱文擁有 Concordia 大學傳播學和市場營銷的麥吉爾大學的證書學士學位。在加拿大鵝工作之前，他曾為品牌福特、肯德基和 NFL 加拿大做廣告。他發表作品，他的獲獎攝影已經出現了一系列的出版物，包括國家地理雜誌、麥克琳雜誌和環球郵報。凱文也是北極熊國際協會的董事會成員。

### **KATHLEEN TULLIE / Director Of Social Responsibility · Reebok International / Founder & Executive Director · BOKS ( Build Our Kids' Success )**

BOKS ( Build Our Kids' Success 構建我們孩子的成功 )，一開始是一些小想法呈現給在 Natick, MA 的媽媽們，現已發展到 1800 多所學校參與家長，老師和整個美國和其他社區都採用 BOKS，影響在日常基礎上的數千名兒童的生命。

凱瑟琳·圖利，Reebok International 公司的社會責任總監，BOKS ( 於 2009 年開始 ) 的創始人與執行董事，為給孩子上學的身體活動計劃前的自由，她認為，孩子的體力活動是絕對必要的；我們的孩子的生活可以做成更快樂，更健康，更成功通過推廣運動和營養的重要性。

碰觸約翰 Ratey 博士的書「星火」其中談到，身體活動對我們所有人的積極影響來後，她了解肥胖將成為死亡的首要原因。有了這些知識，凱

瑟琳把她的機會。 Rately 博士的書再加上她的決心驅使凱瑟琳授權家長提供孩子要上學前體力活動的機會。BOKS 誕生了。

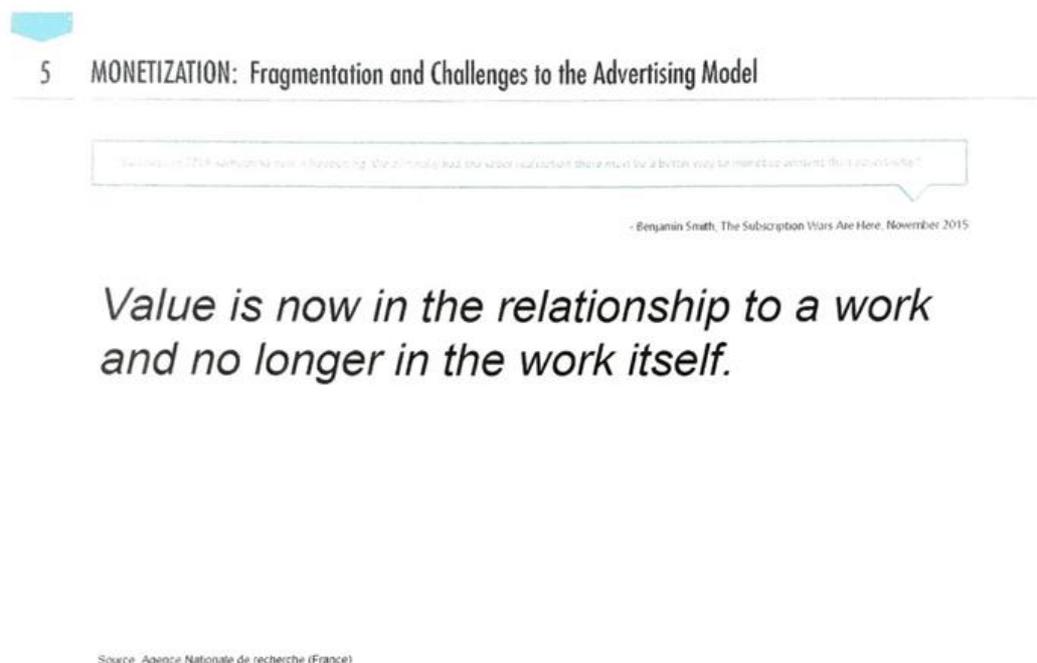
**ALEXANDRA BLUM / Vice President , Global Public Relations & Partnerships , FRHI Hotels & Resorts**

亞歷山德拉百隆於 2004 年加入 FRHI 酒店及度假村，而且是全球性的公共關係和夥伴關係的副總裁。縱觀她的 FRHI 任職期間，百隆創造持久的與世界級的品牌，如酷悅軒尼詩、寶馬、環球音樂、Rimowa 公司，美國運通和艾比路錄音室的全球夥伴關係，以及制定了戰略溝通框架，支持費爾蒙、萊佛士和瑞士酒店全球品牌優先。

在她目前的角色，百隆負責開發和領導該公司的全球公關策略，包括危機公關、戰略內容開發和利益相關者的關係，並 FRHI 對自己的品牌對外交流活動的完整的監督。她還負責領導、指導和方向 FRHI 的 110 家，區域和企業公關和合作團隊。

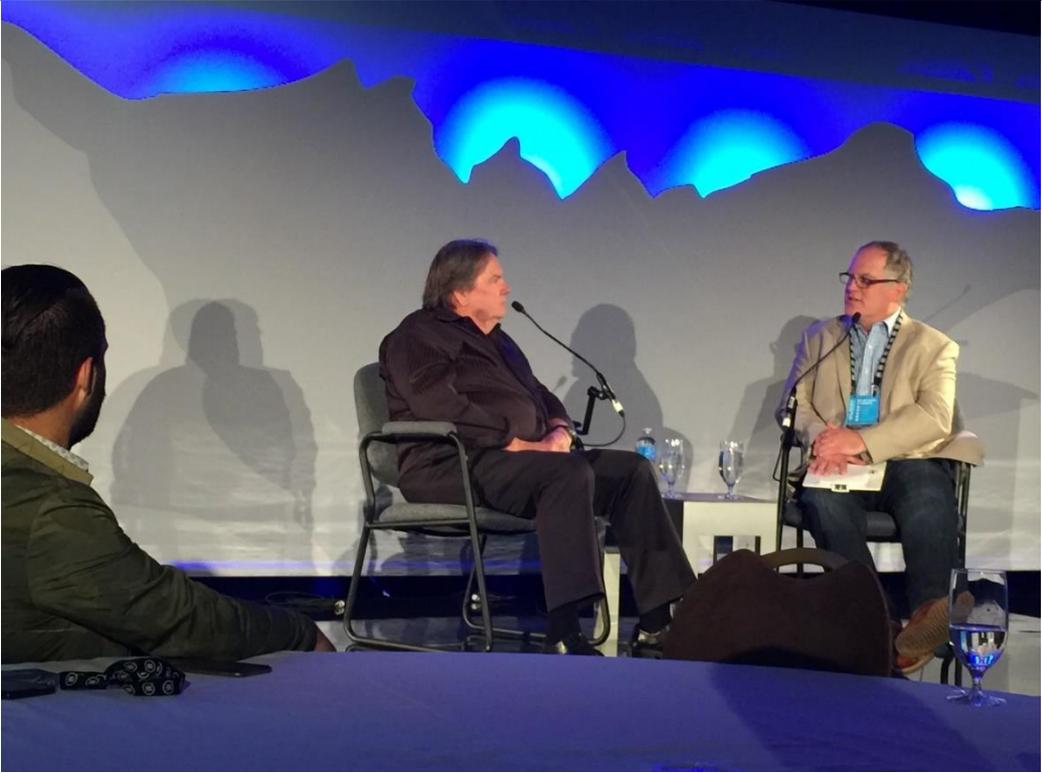
百隆擁有超過 20 年的媒體，銷售和市場營銷相關工作經驗，包括出版工作，新業務的發展，生活方式的夥伴關係，以及廣告。百隆擁有藝術的距離安大略省的麥克馬斯特大學榮譽學士學位，在瑞爾森大學、多倫多的商務計劃的畢業生，並獲得工商管理 Richard Ivey 商學院在西安大略大學的 MBA 學位。

相關圖片

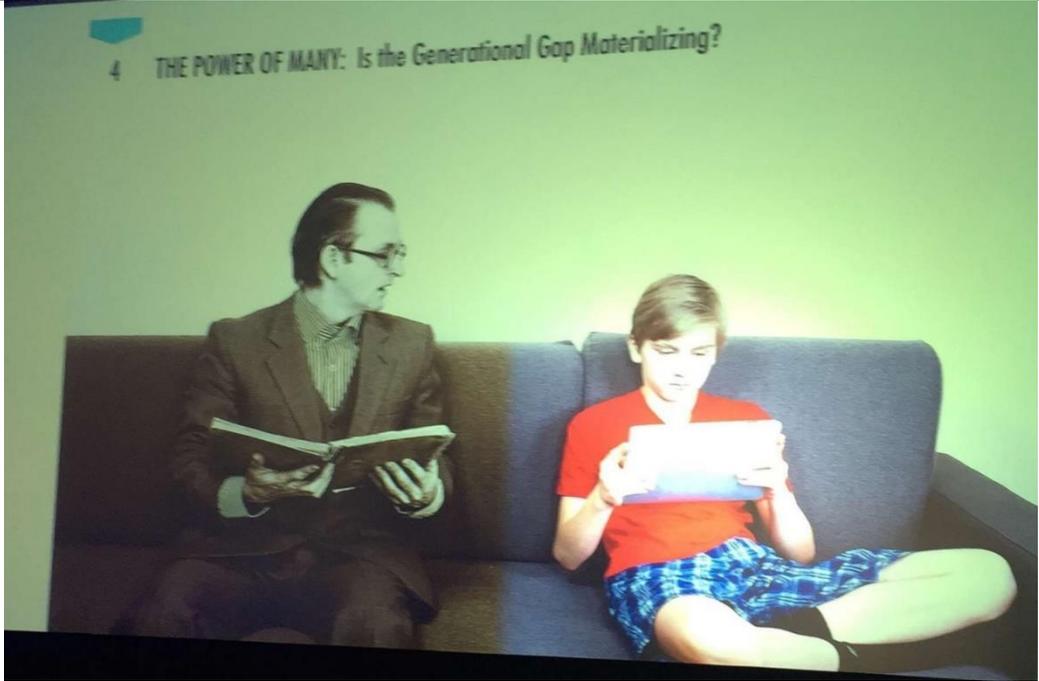


論壇名稱	<b>ENTERING THE AGE OF EXPERIENCE : 2016 KEYTRENDS REPORT</b>
時間	06/13 09 : 30 - 10 : 00
介紹	<p>內容產業現在更有能力面對全球性發生的數位革命的結果的深刻變化。雖然用戶比以往有了更多的選擇，他們的注意力正在減少。在 2016 年的關鍵趨勢報告中，CMF ( Canada Media Fund ) 專注於智能平台的連接與增長，這些都導致了消費和生產媒體產品之間的明顯收斂。</p> <p>訪問內容的新方式都在上升，包括現在正在大規模推出虛擬和增強現實媒體。與此同時，貨幣化數位內容仍然是一個挑戰。什麼策略可以用於開發可行的商業模式？哪裡是電視和技術部門的下一個戰場？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 大數據的能力如何被利用來支持內容的創建和分發？</li> <li>* 消費者行為的新趨勢將如何影響觀眾發現內容的方式？</li> <li>* 隨著內容消費轉向移動電信，內容產業將面臨什麼挑戰，？</li> <li>* 在新生的 VR 和 AR 產業中，內容生產商和分銷商的前景如何？</li> <li>* 鑑於收入模式的日益分散，如何利用用戶的參與度，同時多種營利策略？</li> </ul>
講者	<p><b>NATHALIE CLERMONT / irector of Program Management , Canada Media Fund</b></p> <p>納塔莉克萊蒙在電影和電視產業已經工作了二十多年，在融資方面有豐富的經驗。她作為在 CMF ( Canada Media Fund ) 政策和方案的主要顧問，確保了服務標準和應用程序的一致性，並確保該文件的分析是準確的，公平的，一貫的，按照 CMF 準則。此前，克萊蒙女士是興業德發展署 DES ENTREPRISES culturelles ( SODEC ) 15 年的業務事務部的組長。克萊蒙女士持有蒙特利爾大學在電影，傳播和公共關係的學士學位。</p>
活動照片	

論壇名稱	<b>THE IMPORTANCE OF STORYTELLING IN A MULTI-PLATFORM WORLD : CMOS TELL ALL</b>
時間	06/13 11 : 30 - 12 : 30
介紹	<p>在內容爆炸，消費者的時間是新貨幣的時代，講故事已經成為任何企業發展戰略的重要組成部分，品牌也不例外。在這個信息時代，頂級 CMOS ( 影像感測器 ) 會深入了解故事的消費者參與，品牌是如何思考其內容，其發展過程，以及製造商如何可與品牌合作夥伴進行富有成果的共生關係。會話不容錯過！</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 講故事在今日多平台的世界中有多麼的重要？為什麼？</li> <li>* 當開發引人注目的內容，什麼是品牌的創造過程？</li> <li>* 做製片有什麼機會去用品牌宣傳/工作？</li> <li>* 當涉及到講故事，你有什麼預見在未來發生的事情，這個行業如何準備？</li> <li>* 什麼往往是品牌和生產商之間最大的脫節？</li> </ul>
相關連結	

論壇主題	<b>HOW ENTERTAINMENT COMPANIES ARE WINNING BIG WITH INFLUENCER CONTENT</b>
論壇時間	06/13 14 : 00 - 14 : 30
介紹	<p>娛樂公司開始尋求大眾化互聯網內容，以幫助指導規劃決策，採取與已在其他格式受到好評的在線內容來計算風險。這個概念是菲律賓電視台 TV5，基於流行的「Wattpad」故事整個系列，採此做法已經運行了 5 季。現在，這種做法在美國被採用。從影響者身上學習一些關鍵的見解，娛樂公司和主管領導面對這種曲線在創新的編程方法已經改變娛樂的面貌。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>* 影響者如何幫助提高新系列電影或電視，電影和網絡編程的結果？</li><li>* 在傳統模式正在消失的世界，為什麼與現有的審核內容工作是有道理的？</li><li>* 影響者是如何撞擊為粉絲開發內容和與大財團工作之間的平衡？</li><li>* 這些交易是如何放在一起，接觸到的 IP 和內容方面可發揮怎樣的考慮？</li></ul>
活動照片	

論壇主題	<b>FUTURE OF CANADIAN CONTENT</b>
論壇時間	06/13 14 : 00 - 15 : 00
介紹	<p>在加拿大的娛樂產業，製作和開發是一個日益發展的業務。數位娛樂不再是利基：未來這裡和所有行業的玩家必須建立獨特的戰略，以利用新的加拿大內容和吸引千禧世代收看。藉此機會，聽聽一些加拿大的頂級決策者說法，並找出他們在找什麼內容生產及佣金以及它們業務的未來將會是什麼樣子。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 加拿大廣播公司有成功借力數位化平台來展示獨特的加拿大內容嗎？</li> <li>* 什麼是加拿大廣播公司和工作室目前的商業模式的重大威脅？</li> <li>* 合併風來到了歷史最高水平；製片人都擔心開放市場上少了一扇大門，能為加拿大內容製作商創造什麼樣的新機會？</li> <li>* 廣播從業者在未來幾年開放願意擔更多風險去播送什麼樣的內容？電視直播？短表的内容 Short-form content？等等。</li> <li>* 由於不受管制，數位提供商將繼續增長，廣播從業者做什麼以確保加拿大特性內容持續高水準產製？</li> </ul>
相關圖片	

論壇主題	<b>WHAT THEY WANT , WHERE THEY WANT IT , AND HOW THEY FIND IT : KIDS CONTENT DISCOVERABILITY</b>
論壇時間	06/13 14 : 00 - 15 : 00
介紹	<p>不管哪個年紀的孩子們比以往任何時候都吸收娛樂。無論是短或長或互動的形式，眼球都黏著許多不同類型的設備。且隨著年輕消費者的成長，他們的跨平台的偏好也在成長。光是了解孩子們喜歡觀賞哪類節目是不夠的，知道在哪裡，如何和為什麼消費內容對市場營銷和內容分銷商是關鍵。聽聽專家的見解，談孩子們消費什麼內容，何時，何處。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 孩子們是如何看節目和發現新的內容？</li> <li>* 在節目上和不斷增長的破碎市場，內容創作者和傳播者利用哪些戰術來吸引孩子們？</li> <li>* 傳播出口如何利用不同平台例如 YouTube？廣播者能與 YouTube 一起合作找到成功嗎？</li> <li>* 當向兒童行銷時，會出現什麼類型的挑戰？</li> <li>* 您是如何使用數據以確保對的內容接觸到對的目標觀眾？</li> </ul>
相關圖片	

<p>論壇主題</p>	<p><b>ROUNDTABLE SERIES : HOW TO IMPROVE DISCOVERABILITY OF EXPORTED CANADIAN CONTENT AND COMPETE ON A GLOBAL SCALE</b>  <b>圓桌論壇：在全球範圍內，如何改進已出口加拿大內容的發現能力</b></p>
<p>論壇時間</p>	<p>06/14 11:00 - 12:00</p>
<p>介紹</p>	<p>良好的內容的需求正處於歷史高點。在這豐饒的時代，我們正生產與消化比以往更加優質的內容。我們手邊有這麼多偉大的計劃，把它化容易發現的內容是必要的。加拿大的創作者再也不能單單生產只為國內觀眾的產品；可以在家鄉取得共鳴且在國際上取得成功的內容需要採用新的方法來創建和籌資。加入我們的討論，產業專家將探討在當今全球市場被「發現」的見解和策略。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 什麼是網路發現能力 ( online discoverability )，為什麼它很重要，以及為何其演化改變了全球的互聯世界？</li> <li>* 對於國內與全球性的加拿大內容，什麼是一些發現能力的關鍵挑戰？</li> <li>* 在國際上誰是我們的目標受眾，我們怎樣才能提高我們的渠道來觸及到他們？</li> <li>* 有哪些最「基本」的內容發現工具 ( 例如促銷 )？有哪些最具「創新」的內容發現工具？</li> <li>* 任何促進加拿大內容的演算法應該被調整 和/或 避免過濾泡沫 ( filter bubbles ) 的發生？</li> </ul> <p>PS：網路組織者先驅 Eli Pariser 是《過濾泡沫》一書作者，他的論點是隨著網路公司努力根據我們個人喜好調整其服務 ( 包括新聞和搜尋結果 )，將產生一個危險且意想不到的後果：我們被困在一個「過濾泡沫」中，而得不到可能挑戰或擴展我們世界觀的資訊。Eli Pariser 強烈批評，這最終將被證明對我們及民主產生負面影響。</p>
<p>活動照片</p>	

<p>論壇主題</p>	<p><b>ROUNDTABLE SERIES : FUNDING MODELS FOR INTERNATIONAL CO-PRODUCTIONS AND CO-VENTURES</b>  <b>圓桌論壇：國際聯合製作和聯合創投的籌資模式</b></p>
<p>論壇時間</p>	<p>06/15 08 : 00 - 09 : 00</p>
<p>介紹</p>	<p>在越來越多的電視領域，開發管理人員正面臨著多重挑戰：如何在競爭日益激烈、零散的、隨需應變的世界中找到有吸引力的內容，以及如何滿足高級腳本不斷升級的預算。由於國內收入利潤率被擠壓甚至成本不斷增加，發展的高層們不斷地在地理上和實際上尋找超越其界限。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 國際聯合製作如何改變了籌資模式？</li> <li>* 在尋求國際內容和觀眾上，數位媒體提供傳播者什麼機會？</li> <li>* 腳本內容如何與那些容易取得的即時性和事實性內容競爭？</li> <li>* 哪些國際地區對新機遇時機成熟？</li> <li>* 誰是新類型的合作夥伴，製作人可與之結盟？</li> </ul>
<p>活動照片</p>	