

出國報告（出國類別：開會）

2017 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：電影產業組楊組長秀玉

科員鄭梅君

助理員李杰穎

聘用行政專員何孟儒

派赴國家：香港

出國期間：106 年 3 月 12 日至 3 月 15 日

報告日期：106 年 4 月 13 日

## 摘要

香港國際影視展(Hong Kong International Film and TV Market : FILMART)為年度內亞洲地區第一個登場的國際影視娛樂產業交易展會，每年均吸引世界各地眾多影視發行商、製作公司、投資者、影展策展人等相關人士赴港參加，係提供影視版權交易、掌握市場脈動、經驗技術交流、促成跨國合作重要平台，亦為我國影視產業重點行銷場域。

本局職司影視產業輔導及行銷推廣，為展現本局對於推動影視產業邁向國際之重視，於展會期間以「Taiwan Cinema」及「Taiwan Television」為主題設置展館，並於展會首日辦理影視酒會造勢宣傳，本次集結國內 61 家影視業者參展，更有包含多家後製特效團隊參與。本屆由電影產業組楊秀玉組長率領電影組同仁赴港參展，期協助國內影視業者海外行銷推廣，展現台灣作品豐富內容及優秀技術，以期擴大海外行銷版圖，促成更多跨國合作機會。為掌握產業新知及市場趨勢脈動，參展人員於展會期間除協助展攤服務，並參與多項論壇活動，例如有關「影視協拍」、「新媒體營運策略」、「視覺特效」等議題，以汲取國外影視專業人士經驗及建議，作為未來相關政策規劃參考。

## 目次

壹、前言.....	P.3
貳、行程安排及參訪議題.....	P.4
參、參展心得.....	P.29
肆、建議事項.....	P.33

## 壹、前言

香港國際影視展(Hong Kong International Film and TV Market : FILMART)為亞洲重點影視盛會，每年均吸引世界各地影視買家、發行商、製作公司、協拍機構、投資者等相關人員參與，係提供版權交易、影視融資、跨國製作、協拍場地等交流平台，並結合產業發展趨勢，規劃辦理多項主題論壇、研討會、發佈會等活動，提供影視人士掌握市場脈動、吸收新知、經驗技術交流及拓展人脈之管道。同期舉辦的香港亞洲電影投資會(HAF)，本屆由陳怡蓉導演及林靖傑監製《勝利的五十塊》電影計畫入選；另外，由臺灣導演陳鈺杰與日本合拍電影作品《盛情款待》則入選 HAF WIP Lab(為 HAF 新推出計畫，旨在協助後期合作對象)。

今年香港國際電影節有別於往年，非與 FILMART 同期舉辦，入選名單於 3 月 14 日揭曉。本屆電影節為紀念楊德昌導演逝世十週年，規劃楊德昌導演紀念專題單元「十年再見楊德昌」，選映包括《海灘的一天》、《青梅竹馬》、《牯嶺街少年殺人事件》等七部作品，九把刀導演新作《報告老師！怪怪怪怪物！》入選電影節閉幕片，朱賢哲導演《白蟻》入選香港電影節自主新潮單元。

FILMART 為國內影視業者重點行銷展會，今年計 61 家影視業者參展，其中包括多家後製業者參與。為協助業者海外行銷，本局循往例於展會期間設置台灣館展位，並於首日舉辦台灣影視酒會，期增加國際能見度，再創影視銷售佳績及帶動更多跨國合作可能。

本局此次由電影產業組楊秀玉組長及電影組同仁鄭梅君、李杰穎與何孟儒一行，於 3 月 12 日至 15 日赴港參加「香港國際影視展」，本次行程主要目的如下：

- 一、集結台灣影視資源，提供國內業者與國外參展人士交流平台。
- 二、協助推廣國內影視作品、後製技術、影展競賽徵件、影視協拍資訊等。
- 三、舉辦台灣影視酒會，為台灣影視作品宣傳造勢，增加國際能見度。
- 四、參與影視展周邊論壇，汲取國際電影產業發展最新動態。

## 貳、行程安排及參訪議題

### 一、2017 年香港影視展及周邊活動概況<sup>1</sup>

#### (一)香港國際影視展(FILMART)

第 21 屆香港國際影視展於 3 月 13 至 16 日舉辦，為期四天展會計有來自 35 個國家及地區，超過 800 家公司參與，本屆計有超過 8,000 名國際影視人士參加，較前屆上升 9%，其中來自中國大陸、菲律賓及柬埔寨之參展人數更有大幅度增加。

本屆台灣影視業者共計 61 家參展，參展人數計 120 多人，電影館手冊蒐集近一年上映作品、即將推出新作、電影計畫、紀錄片及動畫作品參展，總計 41 部；電視館手冊則包含電視劇、綜藝類、文教類、行腳類節目等參展內容，計 97 部作品。手冊除匯集本局及地方政府影視協拍資訊，為推廣台灣後製技術，提升跨國合作機會，並首次於手冊中增加後製業者專頁。

#### (二) 香港亞洲電影投資會

與 FILMART 同期舉辦的香港亞洲電影投資會(HAF)為亞洲重要電影融資平台，致力推動亞洲優秀電影企畫得以落實，多項作品已獲得國際影展肯定。今年由陳怡蓉導演及林靖傑監製《勝利的五十塊》電影計畫入選 HAF，在三天投資會舉辦期間，與各地投資者、製片商等專業人士進行會晤；同時，由臺灣導演陳鈺杰與日本合拍電影作品《盛情款待》則入選 HAF WIP Lab，WIP Lab 為 HAF 新推出計畫，以協助近完成階段電影計畫尋找後期合作對象為要旨(如製作資金、發行商、影展單位等)。《盛情款待》並獲得 HAF「萬達 WIP Lab 電影計劃大獎」以及入選「香港邁進康城(坎城)計劃」，獲邀於 5 月坎城電影市場展進行特別放映。

#### (三) 香港國際電影節

香港國際電影節為香港大型影展活動，每年匯集國際影視佳作，在香港

---

<sup>1</sup> 參考 FILMART、香港影視娛樂博覽、HAF、香港國際電影節、ifva 主辦單位網站資料

多處藝文場地辦理播映及交流活動，有別於往年，今年電影節並未與影視展同步舉辦，移至 4 月 11 日至 25 日舉行。本屆電影節為紀念楊德昌導演逝世十週年，規劃楊德昌導演紀念專題單元「十年再見楊德昌」，選映包括《海灘的一天》、《青梅竹馬》、《牯嶺街少年殺人事件》、《恐怖份子》、《獨立時代》、《麻將》及《一一》等七部作品，讓影迷重溫經典之作。另外，九把刀導演睽違 6 年預計在今夏推出的新作《報告老師！怪怪怪怪物！》，則入選香港電影節閉幕片，朱賢哲導演《白蟻》在去年獲釜山影展費比西國際影評人獎，入選香港電影節自主新潮單元。

#### (四)ifva 獨立短片及影像媒體節

由香港藝術中心主辦的 ifva，旨在推廣香港及亞洲地區獨立影像創作，包含短片、動畫及多媒體藝術影像創作，追求創意及獨特精神，發揮影像的無限魅力，除年度競賽之外，亦持續推動「創意策動」及「全民參與」各種計劃。今年臺灣入圍亞洲新力量組包含：《麥克風試音：致信黃國峻》許哲瑜、《白色隧道》簡嵐淇及張晉維、《野潮》呂柏勳，其中《野潮》獲得亞洲新力量組銀獎肯定。



FILMART 今年邁入第 21 屆，為亞洲重要影視盛會，提供影視版權交易、掌握市場脈動、產業技術交流平台，促成跨國合作及商機。



第 41 屆香港國際電影節於 4 月中旬舉辦，由古天樂擔任活動大使。



HAF 位於會展中心活動專區，為亞洲電影重要融資平台。

## 二、行程及參訪內容

### (一)本次赴港行程如下表：

日期	時段	行程內容		
3 月 12 日	下午	抵港後即前往香港會展中心，視察展館佈置情形。		
3 月 13 日	上午	參與日本 & 香港合作研討會：日本拍攝的最佳目的地—傾聽日本能提供的機遇！		
	下午	參與「香港影視娛樂博覽 2017 啟動儀式」	參與台北市電影委員會主辦「2017 臺北世大運宣傳暨台北—巴黎創投合製片計劃」記者會	主辦「台灣影視酒會」
3 月 14 日	上午	參與「視頻娛樂服務爆發增長中的新機會」論壇	參與專題研討會：「融合、創新」電影產業促進法視野下的兩地影視合作新常態	第 15 屆香港亞洲電影投資會 (HAF) —「製作中項目推介會」
	下午	參與電視世界 2017 國際論壇：當影視遇上互聯網，是「商」機還是「傷」機？	參與 TVB「香港無線電視 50 周年獻禮」記者發布會	參加奧斯卡最佳電影《月光下的藍色男孩》聯合製片人 Andrew Hevia 分享會
3 月 15 日	上午	拜會香港貿發局服務業拓展高級經理廖倩儀女士	參與「中國動畫走向國際市場」論壇	
	下午	參與「數碼娛樂論壇 2017：電影內容及視覺特效的過去及未來」論壇	參與「綠燈行動—香港新一代電影計劃提案會」	

## (二)台灣影視館佈展情形

1. 為塑造臺灣館整體視覺意象，本屆本局循往例租借 180 平方公尺的展位空間，以「Taiwan Cinema」及「Taiwan Television」為主題設置台灣電影館、電視館，展館位置坐落於第一、二排展區，鄰近 1B 入口處。
2. 去（2016）年，臺灣展館架構以 Z 型設計為主軸，兼顧整體展館穿透及參展商洽談生意所需之隱蔽性，並設置沙發區。有鑒於參與影視業者眾多，本(2017)年展館架構以膠卷 S 流線型設計為主軸，將臺灣影視館整體氣勢展現出來，期望在展會上帶給國際買家與貴賓煥然一新的臺灣影視館形象，同時增加桌椅靈活彈性運用空間。在設計部分，沿用「台」字作為兩館統一識別 LOGO，電影館以年度市場展標準色(尼加拉瓜藍/橘)進行調配，電視館則以黃色為主色調，呈現鮮亮活潑的視覺意象。
3. 電影館(1A-G02)及電視館(1A-G18)內擺設洽商桌椅供國內參展電視、電影及動畫業者使用，於入口處各有一個櫃台諮詢處，展覽期間皆安排工作人員全天候提供業者及買家諮詢服務，展區設置大型背板及燈箱，供所有參展業者張貼宣傳海報。各館皆備有 3 台螢幕循環播送片花，並對應上中英文展商與節目名稱，提高臺灣自製優質電影及電視作品之曝光度。顧及片商對於 DM 放置空間需求大，直接利用展板立體空間設計 DM 架，輔以臨時 DM 架支援。另為加強協拍資訊露出，與台北市電影委員會合作，規劃大型宣傳版面。為突顯台灣電影館宣傳，與大會購置燈箱廣告及影視特刊廣告(The Hollywood Reporter、Screen)進行宣傳。現場皆配有諳國語、英語、廣東話的工作人員，提供外賓來訪接待諮詢及國內展商支援服務。
4. 在協助展攤服務的過程中了解，國外參展人士多半洽商台灣影視作品海外發行，主要以詢問新片及紀錄片作品為大宗，亦有聚焦於部分類型及導演作品，或詢問台灣協拍資源及國外團隊拍片優惠機制，各縣市政府所製作協拍宣傳 DM 則相當受到歡迎，索取情形踴躍，另外也有對方主



動出擊，詢問台灣電影導演合作機會、推廣當地協拍輔助措施、推銷影視作品等。另因展館櫃台設計是面向參觀人潮主動線，除有前述前來詢問臺灣影視業務內容之貴賓外，亦有向本館櫃檯人員詢問其他展館及會展中心所辦活動之廳別位置，十分熱絡。

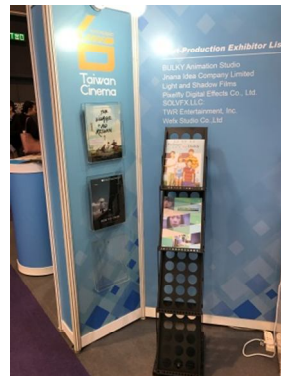


本屆臺灣展館整體採膠卷 S 流線形之設計，電影館沿用年度海外市場展統一色調(尼加拉瓜藍/橘)，電視館以黃色為主體，展現鮮明活潑形象，並以「台」作為兩館 LOGO，營造整體視覺效果。



大會以紫色布條標示展館位置，台灣展館位於第一排位置，明顯易找。

展館採膠卷 S 流線形之設計，有別以往 Z 型設計



本屆有多家後製業者參與，設置專屬螢幕。

利用展版立體空間設置 DM 架，輔以臨時架。



於會展中心走廊燈箱區刊登臺灣館形象廣告。

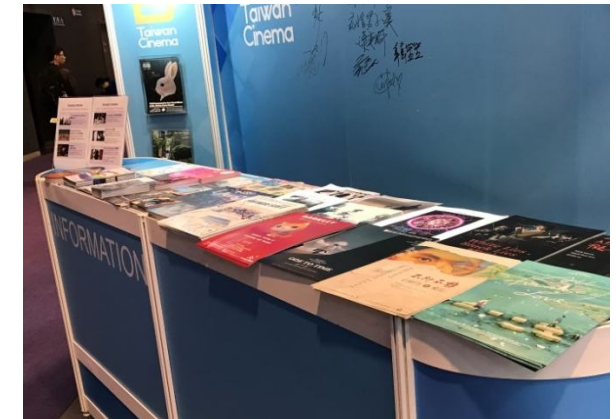


The Hollywood Reporter 刊登臺灣影視館廣告。

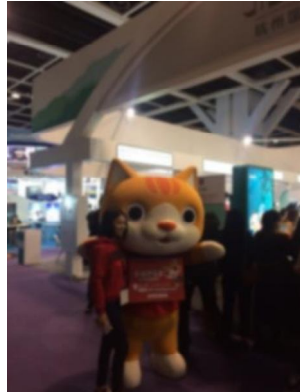
http://form.hktdc.com/UI\_VisitorIntranet/Public/Exi... 參展商名單 - 螢幕搜尋

名稱(N)	編輯(E)	檢視(V)	我的最愛(A)	工具(T)	說明(H)
bbi					
馬來西亞					
1B-B26					
Film & TV					
約見					
Ablaze Image Limited					
臺灣					
1C-F25					
Film & TV					
約見					
ABS-CBN INTERNATIONAL DISTRIBUTION					
菲律賓					
1D-C45					
Film & TV					
約見					
Accolade IP Ltd					
香港					
1C-C18					
Business of IP Zone					
約見					
Acort International					
美國					
1C-C27					
Film & TV					
約見					
Activator Marketing Co Ltd					
臺灣					
1A-G02, 1A-G18					
Film & TV					
約見					
Administration of Culture, Radio, Film, Television, Press and Publication of Guangzhou Municipality					
中國內地					
1C-F36					
Film & TV					
約見					
Administration of Press, Publication, Radio, Film & TV of Guangdong Province					
中國內地					
1A-H02					
Film & TV					
約見					
Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television of Shandong Province					
中國內地					
1A-D26					
Film & TV					
約見					
Advanced Motion Imaging Association Limited					
香港					
1A-A04					
Hong Kong Animation & Digital Entertainment Pavilion					
約見					

FILMART 官網設置參展商名單，國外賓客可直接預約會面時間。



展館櫃台匯集參展作品、協拍資訊、影展宣傳 DM，並有試映會資訊。



動畫《小貓巴克里》貓偶巡迴發送試映會宣傳 DM，吸引參展人士合影



地方政府製作協拍 DM 索取情形踴躍

### (三)辦理台灣影視酒會

為加強臺灣與香港、東南亞及全球影視市場的交流與連結，協助國內業者海外推廣宣傳，於展會第一天(13日)下午4時30分於會展中心 Moonlight Theatre 辦理台灣影視酒會，由台北經濟文化辦事處處長嚴重光主持，台北市文化局局長鍾永豐及台灣影視界重要貴賓蒞臨現場，嚴處長於致詞時表示，台港兩地的影視交流向來熱烈，近年來台港相繼舉辦各式影展、影視活動，影視界青年才俊更是青出於藍、人才輩出，呈現多樣題材風貌，並祝福大家在為期四天的展會活動，都有豐富的收穫。

酒會邀請到 2017 年影視強檔新作劇組出席宣傳，包括電影《目擊者》導演程偉豪、監製唐在揚、演員莊凱勛及柯佳嬿；《報告老師!怪怪怪怪物!》導演九把刀；《痴情男子漢》導演連奕琦、演員蔡凡熙、王淨、韓笙笙；動畫長片作品《小貓巴克里》邱立偉導演及可愛的貓偶「巴克里」；行動寬頻影音節目《三分熟》導演王公誠、演員潘奕如；行腳節目《我家有個總舖師》主持人康康皆到場共襄盛舉，齊為台灣影視作品宣傳造勢，由於今年酒會安排至第一天下午香港影視娛樂博覽會開幕後緊接著之場次舉行，現場聚集約 500 位國際參展人士，場面熱絡，包括有來自香港、中國大陸、柬埔寨、印尼、越南、菲律賓、馬來西亞、泰國、新加坡、日本、韓國、波蘭、法國、美國、英國等國家地區影視人士、貴賓參與。



台灣影視酒會於 FILMART 首日舉辦。



國際影視人士、媒體、貴賓參加臺灣影視酒會，場面熱絡。



國片《目擊者》集結驚悚、犯罪題材，劇組對劇情相當保密，希望與觀眾一同進戲院揭發真相。



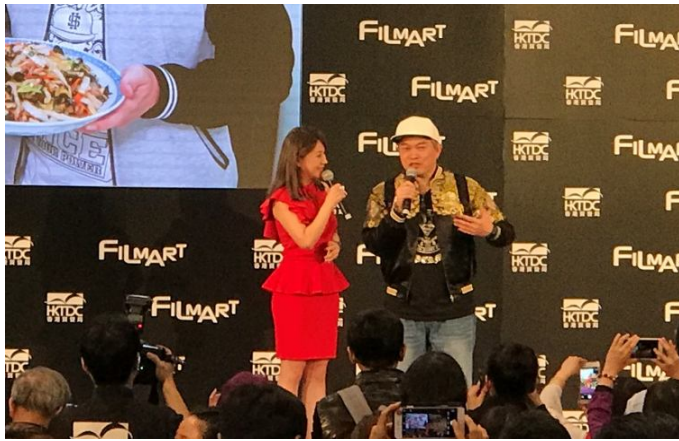
九把刀導演睽違 6 年新作《報告老師！怪怪怪怪物！》即將於暑假上映。



《痴情男子漢》連奕琦導演透露，青春愛情故事是很想嘗試的風格，即將於今夏與大家見面。



動畫片《小貓巴克里》可愛的「巴克里」萌萌的造型於酒會現場相當吸睛。



行腳節目《我家有個總舖師》帶領觀眾深入台灣。各地探索私房美食的故事。



行動寬頻節目《三分熟》劇情可與觀眾互動，創新十足，並挑戰觀眾想像力。

※部分照片由承辦廠商台北市影音節目製作商業同業公會提供

### (三)拜會香港貿發局服務業拓展高級經理廖倩儀女士

3月15日上午影視局楊組長拜會香港貿發局服務業拓展高級經理廖倩儀女士，雙方談話摘錄重點如下：

1. 楊組長首先答謝主辦單位香港貿發局對臺灣影視館的協助，並表示香港影視展不僅為版權交易場域，並促成影視跨國合作機會及產業技術交流平台。在影視展周邊活動規劃上，除片商發佈會、交流酒會外，亦結合產業發展趨勢，辦理多項論壇及研討會，例如今年就有以「紀錄片」、「影視協拍」、「視覺特效」為主題之論壇活動。

- 另討論到隨著紀錄片探討內容的多元性及內涵深度，已逐漸引起相當多觀眾關注，臺灣近年有相當多不錯的紀錄片作品及人才經驗，未來如有合作的機會，本局將樂於提供相關協助，如紀錄片創作人員的邀訪、視覺特效技術論壇我方建議人選等。
- 以往台灣館鄰近之馬來西亞館今年臨時縮小規模，據了解係經費因素考量，另於展期原訂進行「馬來西亞攝製現金返款」專題論壇亦臨時取消。



影視局楊組長與香港貿發局高級經理廖倩儀女士合影。

本局人員與香港貿發局人員合影。

#### (四)參與展會周邊相關活動

為掌握產業市場脈動，汲取國外技術及經驗，本次參加多場由主辦單位或相關影視機構主辦之專題研討會、提案會等活動，以吸收新知、了解國際發展趨勢，作為未來相關政策研析參考。

##### 1. 日本&香港合作研討會：日本拍攝的最佳目的地—傾聽日本能提供的機遇！

本場講座由沖繩電影辦公處、北九州電影委員會、札幌電影委員會介紹當地協拍機制。

沖繩列島位於東京與東南亞間，與臺灣、香港、南韓、泰國、中國等地皆有直航航班，交通便捷，其中台北—沖繩每週航班高達 59 班次<sup>2</sup>。沖繩傳

<sup>2</sup>航班數據為沖繩電影辦公處於會議提供之資料。

承日本傳統文化、藝術、音樂，並具有豐富的自然景觀，當地人民和善熱情，臺灣電影《百日告別》即曾赴沖繩取景拍攝。

為鼓勵國外電影前往沖繩地區拍攝製作，沖繩電影辦公處免費提供電影取景資訊、協調取景場地、協助申請拍攝許可、協助聘請當地行政支援等服務，對於沖繩當地攝製之電影、電視節目、廣告等，若於當地投資達 60 萬美金以上，則可提供 30 萬美金之攝製返還款優惠，惟此項機制需配合補助時程，於每年 4 月左右提交企劃案，6 月電影辦公處公布是否獲得資金補助，並於隔年 2 月完成企畫案拍攝。

北九州電影委員會於 1989 年以電影與電視劇攝影招商為目的所成立，為日本第一個影像委員會組織，北九州市為支撐日本近代化的四大工業帶之一，在這裡扎根的「製作」精神，承繼到「製作電影」的新舞台，建立「365 天、24 小時全天候」的影視支援體制。

北九州市取景便利，全數景點皆可在 30 分鐘內到達。北九州委員會持續挑戰大規模取景，如街道爆破、劫機等在日本國內被認為不可能完成之大規模取景，更建立「支援拍攝之市民及臨時演員」機制，除超過 6,000 位臨時演員與志工積極參與影片製作外，對封街取景等特殊拍攝，也能獲得市民包容支持，由於上述之拍攝便利性，且海外業者可自行提請出申請，不需透過日本在地公司，北九州獲得海外影像製作人士「如果在北九州，就算是人生地不熟也能安心拍攝」的高度評價。<sup>3</sup>

札幌位於日本北海道地區，四季風景優美，適合各種場景之拍攝，其城市高樓雪景更為此地獨有，為鼓勵國外電影、電視等製作業前往攝製取景，提供場景推薦、安排及協調、申請拍攝許可及其他行政支援等，拍攝結束後亦提供免費宣傳，媒合當地發行公司等協助。另如若與札幌當地製作公司合作製作電影、電視企畫，並於札幌當地取景拍攝，且於日本播送發行，則可

---

<sup>3</sup>有關北九州電影委員會之相關政策節錄自會議論壇，並參考《關門取景地導覽手冊》，頁 38-39 頁。

獲得約 9 萬美金之補助。



日本-香港合作研討會，日本拍攝目的地會議現場，主持人及與會人員。



沖繩電影委員會介紹近年赴沖繩取景拍攝之影視作品，含臺灣電影《百日告別》

## 2. 2017 香港影視娛樂博覽啟動儀式<sup>4</sup>

香港影視娛樂博覽今年為第 13 屆，集合 10 大活動，包括 3 個始創活動：香港國際影視展(FILMART)、香港國際電影節(HKIFF)、香港電影金像獎頒獎典禮(HKFA)；7 個核心活動：香港亞洲電影投資會 (HAF)、香港亞洲流行音樂節(HKAMF)、IFPI 香港唱片銷量大獎(IFPI)、ifva 獨立短片及影像媒體節、數字電影特效高峰論壇、數碼娛樂論壇，以及電視世界國際論壇，本屆博覽為期 6 周，自 3 月 13 日至 4 月 25 日止，今年持續以「全城投入，全情支持 (Get into the Scene)」為口號，邀請民眾一起參加娛樂界盛事，宣傳短片以急口令形式力推香港影視娛樂博覽的全部內容，並以口號「有你支持一定得，唔使快最緊要急」作結尾，誠意呼籲公眾全情參與這項盛事。

開幕典禮出席嘉賓包含：香港貿發局影視娛樂業諮詢委員會主席黎筱娉、中國國家新聞出版廣電總局電視劇司副司長楊錚、香港貿易發展局總裁方舜文、香港特區政府財政司司長陳茂波、香港特區政府商務及經濟發展局局長蘇錦樑以及香港影視娛樂大使黎明，儀式隆重，貴賓於致詞時表示，香港國際影視展是亞洲最大規模的影視交易市場，去年吸引了來自 30 多個國家及地區的 800 家參展商，以及來自全球各地 7,000 多名買家參與，香港在影視

<sup>4</sup> 參考香港影視娛樂博覽官方網站新聞資料



方面的多元化發展，體現了「跨界別、跨地域 crossover」，集創意產業、展覽業、旅遊業和商貿合作於一身，這也是香港對外宣傳重要管道，期間匯聚世界各國的影視製作業者、發行商及投資者，亦為國際間影視產業重要交流平台，並有豐富多樣的活動，希望民眾也能多加支持及參與。



香港影視娛樂博覽匯聚影視、音樂及數碼娛樂多項盛事活動，本屆持續以「全城投入，全情支持」作為號召。



黎明擔任本屆香港影視娛樂博覽大使。

### 3. 台北市電影委員會主辦「2017 臺北世大運宣傳暨臺北-巴黎創投-合製片計畫」記者會

臺北市文化局長鍾永豐與「巴黎創投-合製片計畫」(Paris Coproduction Village) 執行長皮耶艾曼紐弗瑞廷於 3 月 13 日出席「臺北-巴黎創投-合製片計畫」雙方簽約儀式，為臺法影視產業搭起橋梁。「臺北-巴黎創投-合製片計畫」為一電影發展及融資平台，每年評選出適合國際合製的電影項目，廣邀各國電影人才參與，本次與臺北市電影委員會合作，將保障 3 份臺灣企畫案參選合製計畫。另為宣傳 2017 臺北世界大學運動會，臺北市電影委員會製作《臺灣運動電影回顧手冊》，收錄臺灣近 10 年運動題材之電影作品，並邀請運動電影《一萬公里的約定》女主角賴雅妍、《練習曲》男主角東明相擔任形象大使。



「臺北-巴黎創投-合製片計畫」雙方簽約儀式。



影委會邀請電影《一萬公里的約定》女主角賴雅妍、《練習曲》男主角東明相擔任形象大使。

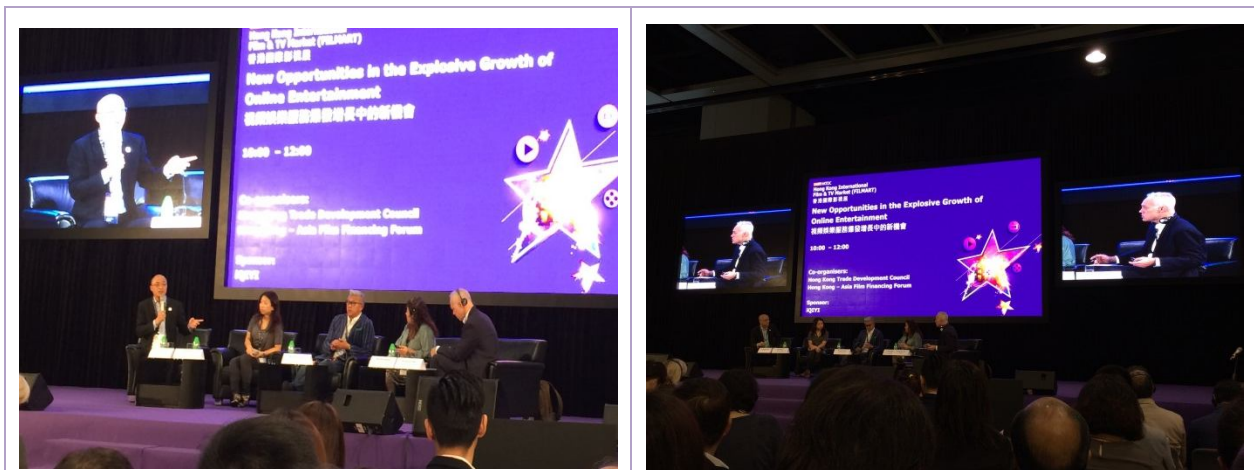
#### 4. 「視頻娛樂服務爆發增長中的新機會」論壇

隨著新媒體服務發展快速，面對廣大的消費市場及觀眾需求瞬息萬變，如何從中取得先機及商機，主辦單位邀請國際知名新媒體公司，包含愛奇藝高級副總裁楊向華、PCCW Media-Viu 內容管理助理副總裁李婉明、泰國 LINE 內容業務總監 Dan Zonmani、日本 Mytheater 數位發行總監中瀨桂子出席與談，分享新媒體創新營運方式及未來趨勢。

講者首先簡介自身公司提供的服務內容，如近年中國大陸視頻網絡觀眾急速成長，愛奇藝提供的視頻內容，包含院線電影、電視劇、音樂、綜藝節目等多樣服務，近期更積極推出高品質的網路大電影，走向精緻化道路。LINE 結合通訊軟體、影音內容、新聞頁等多面向服務，有相當多合作對象，例如去年有幫成龍的新片發布作直播，提供觀眾獨家享受。而日本視頻市場潛力大，但因既有影視娛樂文化強大，所以也具挑戰性，在 Amazon 及 NETFLIX 進入日本後，將視頻網站「獨家、原創內容」的觀念帶進日本市場，新媒體如何展現差異性及培養客群，以及與傳統收視方式的互動發展令人期待。

在後續分享視頻服務營運策略建議，講者多次提及「本地化」是相當重要的觀念。首先要能確實掌握當地觀眾的喜好內容，除版權之外，須留意內容是否尊重當地風俗民情及政策法規的限制，且因各地區硬體技術有差異，視訊傳輸上是否能無縫接軌需納入考量。多數跨國視頻公司在各地市場有設

立專業團隊，以瞭解當地觀眾需求，同時透過大數據分析，掌握不同觀眾群的收視取向及習慣，作為節目購置及製作策略的參考，並有自組翻譯團隊，在節目播出後可以立即翻譯成當地的語言，滿足速度及新鮮感。在觀眾經營上，也需著重「互動性」，新媒體並非只單向提供視訊服務，而是能同步提供觀眾想要的內容，培養使用習慣，例如亞洲年輕觀眾大多喜歡韓國的偶像團體，因此除購買藝人相關節目，會利用平台即時發布藝人最新消息、透過 SNS 與粉絲互動等方式，更可進一步為粉絲打造個人化內容，依據消費者使用習慣提供不同頁面設計，提供更為便利服務。而面對新媒體未來的發展及競爭環境，需能即時掌握市場趨勢，洞悉觀眾瞬息萬變的需求，持續開拓其他潛在市場，謀求創新、更優質的服務內容。



「視頻娛樂服務爆發增長中的新機會」論壇，邀請愛奇藝、Viu、LINE、Mytheater 代表出席與談。

## 5. 專題研討會：「融合、創新」—電影產業促進法視野下的兩地影視合作新常態

本次研討會邀請包含徐小明導演、王晶導演、吳思遠導演、田啟文監製、北京電影學院管理學院院長吳曼芳女士、中國大陸廣電總局法律顧問張繼志先生、北京安影風險管理諮詢公司 CEO 史從杉女士、加一映畫娛樂 Plus One Motion Pictures 創辦人莊富盛女士等人出席與談。

會中先由擔任廣電總局法律顧問的張繼志先生針對今年 3 月 1 日生效的「電影產業促進法」進行介紹，說明這是中國大陸第一部文化立法，以簡政、放權

為主要目的，惟本法不適用網路大電影。有下列幾項重點：

(1) 監管部分：

- A. 改以「項目公司制」(即以「劇組+項目」成立公司)，從審批制改為備案制。
- B. 完片審查下放至地方。
- C. 新法施行後，龍標(公映許可證)是必需品，包括電影片發行 DVD、上架網路、參加影展等均需事前取得龍標。
- D. 加強票房監管，如有偷票房之情形，戲院與發行公司均要處罰，嚴重者可撤銷許可證。自買自銷在香港是市場行銷常態，但在大陸地區是不允許的。
- E. 明訂戲院映演總時數，國產片及合拍片加總不得低於年度總時數 2/3。
- F. 德藝雙馨，不限吸毒行為，言語附和亦同，建議納入演員合約。

(2) 支持部分：

- A. 產權保護。提升侵權認定標準，強化劇本登記、商標註冊等。
- B. 鼓勵企業投資人才培訓機構。
- C. 提供資金。

研討會另一主題發表是有關電影產業促進法實施後，完片擔保制度如何落地。由北京安影風險管理諮詢公司 CEO 史從杉女士分享。2015 年以前，中國大陸只能成立風險管理公司。截至目前，因中國大陸電影業界對於完片擔保的不完全了解，且相關人才難覓(需影視、財務兼具)，故無相關標準、尚無法落地。建議由中國大陸與海外企業合作成立風險公司，並請北京電影學院研究並建立行為標準，同時培育相關跨領域人才。

香港電影界人士對於電影產業促進法的看法如下，顯見該法仍因有兩地產業環境不同而有不同見解與期待：

- (1) 對於審批下放地方：目前的機制是交故事大綱，下放地方審，而地方審查電影的經驗不同，如何讓檢查標準一致是大問題。

- (2) 合拍片問題：香港是屬於哪一種？是依過去香港與大陸地區合拍機制？或是屬於境外合拍？
- (3) 沒有分級制，無法保護兒少觀影，也無法保障創作自由。
- (4) 票房是假議題，真正應該重視的問題是如何防止從製作、發行、影院的一條龍壟斷，讓電影上映有公平上映的市場機制。
- (5) 偷票房的處罰有模糊地帶。何謂「假」票房？在香港，發行公司與戲院有許多合作模式，發行公司為促銷會花錢購買票券，也是繳稅的，因此花了錢買票的不算假。但張繼志先生說明，從法律面虛假交易的定義來看，如果不是為了「看電影」所做的消費，就是假。
- (6) 自「電影立項」改為「項目公司制」，將提高投資風險，因為過去劇本通過才能立項，對於審批標準較有一致性。取消「電影立項」則預估未來在中國大陸電影市場上將有 30% 的假拍片計畫，用來騙演員與資金。
- (7) 只有大原則，未見執行細則，尤其是 3 月 1 日生效前獲准立項的電影，按新法或舊法執行？

## 6. 第 15 屆香港亞洲電影投資會（HAF）—「製作中項目推介會」

香港亞洲電影投資會為亞洲最重要的電影融資平台之一，每年選出約 25-30 個前期製作或開發階段的電影計畫，協助與其他國家、地區的投資者、製片人、發行商、買家洽談合作，開拓電影商機。今年臺灣由陳怡蓉導演及林靖傑監製之電影計畫《勝利的五十塊》入選 HAF、以及陳鈺杰導演與日本合製之《盛情款待》入選 HAF WIP Lab。

HAF WIP Lab 為香港亞洲電影投資會之新增環節，目的在協助已經完成或即將拍攝完成之電影計畫尋找後期製作資金、發行商及電影節等合作機會，入圍項目的導演和監製皆獲邀至 HAF WIP Lab 介紹入圍電影計畫。本屆 HAF WIP Lab 於 3 月 14 日舉行，逐一介紹入圍電影計畫，每個計畫 20 分鐘為一節，每節內容包括入圍電影計畫介紹、電影片段播放及問答，會後 HAF 亦

可協助安排與入圍計畫代表會面。

在全球化影響無遠弗屆的今日，如何保存傳統文化並接受其他文化是每個人都必須面對的當代課題，臺灣導演陳鈺杰與日本合製之《盛情款待》為一以「文化衝擊」為主題、父子關係為核心之電影作品，導演從自身經驗出發，描述一個傳統華人家庭如何在日本生活，以及如何面對文化價值的差異，並透過溝通來凝聚彼此。導演陳鈺杰表示本片目前已有足夠資金，刻正於後製階段，此次參與「製作中項目推介會」目的在尋找合作的發行商，希望能將電影推廣到世界各地。



## 7. 電視世界 2017 國際論壇：當影視遇上互聯網，是「商」機還是「傷」機？

主辦單位邀請到香港電視專業人員協會副會長林旭華先生擔任研討會主持人，以及愛奇藝首席內容官王曉暉先生、中國電影海外推廣公司總經理谷國慶先生、日本一般社團法人地域企業連合會九州連攜機構會長小早川明德先生、泰國 Mediaplex (DOONEE) 董事總經理 Joe Suteestarpon 先生、香港點心衛視董事兼行政總裁司徒傑先生出席與談。

近年中國大陸網路影視作品帶來驚人商機，網路視頻改變了傳統電視、電影的觀看習慣，因其隨時隨地皆可收看的特性，使用人口大幅增長，間接促進市場分流、節目更新，製作中的影視作品大幅成長。而就影視題材而言，一般電影及電視台對於題材審查較為嚴格，而網路平台上之影視作品審查則

稍有放寬。

由於網路視頻的大幅成長，近來以熱錢炒作影視蔚然成風，造成網路影視作品良莠不齊的亂象，但這是網路影視發展的必然現象，等發展到一定階段後，便會穩定下來。各與談人重點談話如下：

研討會主持人林旭華提出，互聯網路視頻即使目前沒有盈利，未來將加強合作、專注製作優秀內容及實驗精神，他們仍會為未來做好準備和發展。

「中國電影海外推廣公司」總經理谷國慶指出，互聯網思維促進了電影的創作和生產，影視作品在網絡上的重覆播放給電影帶來很大商機，並讓衍生品得到很好開發。付費讓影視作品更重內容，使用者付費機制概念也逐漸成熟，有着傳統媒體所沒有的優勢，同時帶來新媒體的享受。

「中國愛奇藝」首席內容官王曉暉提出，互聯網改變大家的消費習慣和觀看場景，但優秀的內容變得更加重要，目前缺乏好的內容。隨着影視市場轉型，觀看影視作品習慣的改變，年輕人喜好的改變，更要應對變化，服務當前客戶，讓內容適應相關趨勢。

日本一般社團法人地域企業連合會九州連攜機構會長小早川明德簡述了影視行業可達致短期復甦，他表示：「如何結合不同媒體平台，是我們要面對和解決的，目前的狀況很膠著，我們不能用昔日的常規以適應當前的狀況，因為與互聯網相關的事情，和互聯網的影響均是難以預測的。」



參加電視世界 2017 國際論壇「當影視遇上互聯網，是「商」機還是「傷」機？」

## 8. TVB「香港無線電視 50 周年獻禮」記者發布會

TVB(香港無線電視)為香港主要電視頻道,TVB 除製播港劇及綜藝節目,在全球華人市場佔有相當大的影響力,且透過演員培訓機制,為華語市場培育相當多優秀的演藝人才。TVB 在 FILMART 展會期間,皆會利用自己展館辦理記者發布會,為年度新戲進行宣傳,亦有節目直接於現場 Live 撥出,館內宣傳活動相當密集,眾星雲集,人潮熱絡。今年正逢 TVB 創立 50 週年,爰於 14 日下午盛大辦理「香港無線電視 50 周年獻禮」記者發布會,介紹年度精彩劇集及節目,如《溏心風暴 3》、《老表!畢業喇!》、《大帥哥》、《宮心計 2 深宮計》、《天命》、《森美旅行團》等,旗下劇組藝人配合劇中造型盛裝出席,參與媒體眾多,並吸引大批參展人士佇留,相當具有宣傳效果。



TVB 於 14 日下午辦理 50 週年獻禮記者發布會,宣傳年度精采劇集,邀請劇組藝人出席宣傳。

## 9. 奧斯卡最佳電影《月光下的藍色男孩》聯合製片人 Andrew Hevia 分享會

大會邀請頃獲奧斯卡最佳電影《月光下的藍色男孩》聯合製作人 Andrew Hevia 分享其創作經歷,Hevia 透過自身經驗與在場觀眾分享許多正面、具啟發性的看法。Hevia 的父母來自古巴,出生於邁阿密的他致力於發展出以邁阿密當地為背景的电影故事,早期於當地推動 Borscht 電影節,鼓勵社區居民投入拍片,記錄屬於自己的故事。這也展現出 Hevia 著重以創作為本的特色,他認為即便面臨低成本,但這種狀態下的創作是一種源自與志同道合的朋友拍片帶來的樂趣。有時候沒錢還比只有一點錢好,沒錢的時候可以運用



自身創意去完成作品，是無價的，但有錢就變得像是工作，或者就得面臨妥協。

相較於主流的喜好，他重視故事的獨特性，認為所關注的故事題材若能抓住特定群眾的眼光便已算成功，《月》片是部相當特別的作品，並非依循既有成功法則，沒有龐大製作成本，而是將其特有的故事內涵以自身方式傾力發揮，以獨特力量吸引住觀眾目光。在面對不同的市場競爭，他認為最重要的本質還是先要將電影拍好，回歸創作主體，要想著如何超越自己，讓自己越來越好，而非想著贏過他人。Hevia 過去曾旅居香港，認為香港與邁阿密相當類似，人們來自四面八方，正好提供一個機會讓觀眾去思考、去探究香港特有的生活經歷，並鼓勵香港電影工作者發掘香港當地題材，而 Hevia 下一部作品即是以香港為主題的驚悚故事。



《月光下的藍色男孩》聯合製片人 Andrew Hevia 熱情分享他的經歷及對於影像創作的看法，以簡單、正面樂觀的態度鼓勵影視工作者持續創作。

## 10. 「中國動畫走向國際市場」論壇

中國大陸動畫近年朝向國際發展，但國際發行及合作除了需要好的題材，更需人才、資源及製作管理的技巧以滿足市場喜好，由於缺乏上述專業技能，中國目前製作之動畫皆難以媲美歐美市場的高水準原創動畫。

就市場導向而言，中國大陸動畫的目標市場設定未區分主要市場及次要市場，而是僅將兒童、家庭列為主要觀影人，設定動畫故事及市場行銷手法，此種低齡化設定導向排除大部分的觀影人；另一方面中國大陸動畫又太關注

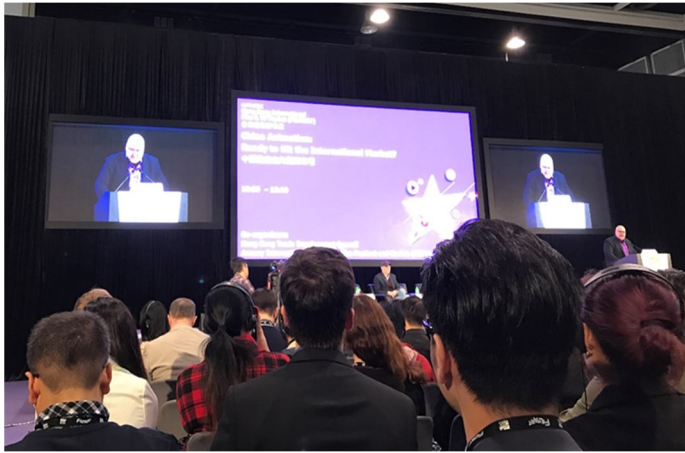
本地文化內涵，忽略文化相近的臺灣、香港、澳門、新加坡等地是否能接受，使得動畫發行受到限制。一部成功的動畫應要能吸引不同年齡層及不同地區的人購票入場。

就動畫劇本而言，中國編劇缺乏說故事的能力，或是雖有故事但因注重故事情節，少有人物刻劃，一部好的動畫應力求故事簡單、人物清晰，因此目前缺乏能風靡全球的故事劇本，更遑論國際發行，必須在所欲發行的地方皆受市場歡迎的故事才有發展國際合作的意義。

舉例而言，中國大陸動畫製片方想與國外動畫製片方合作時，雙方皆需要編劇團隊，先以各自的語言寫下劇本，然後再翻成對方的語言，了解不同市場所能接受的幽默，然後寫出雙方市場皆能接受的劇本，如《功夫熊貓》受到美國市場的喜愛，究其原因，雖然故事本身帶有濃厚中國色彩，但角色本身個性是美國化的，因此能引起美國觀眾的共鳴。

對歐美動畫製片而言，一部國際合作的動畫製作順序應是先有粗略的故事情節，然後將故事情節交由動畫美術設計，由動畫片美術人員設計出人物形象、美術風格等，然後再透過討論來修正人物形象及劇本，讓美術來重構動畫故事本身，但在中國製作動畫卻不是採用這種方式。中國的編劇常過度保護劇本，對於劇本有自己的堅持，劇本完成前也不願意和其他動畫職員討論，這是目前和中國合作製作動畫最難以溝通的部分。

中國大陸動畫若想成功打入國際動畫市場，除了要有充足的資金外，還需要人才、資源及製作管理的技巧，才能在激烈競爭的全球動畫市場中佔有一席之地。



中國動畫走向國際市場-主持人 Animation World Network 聯合創始人丹·閃拓於論壇開場。



會場外立牌及即時傳譯說明。

## 11. 數碼娛樂論壇 2017：電影內容及視覺特效的過去及未來

內容創作和視覺效果皆是現在電影製作的成功要素，電影內容是內在美，而視覺效果則是外在美，各種科技如 VR、3D、4K 的推進，使得今日電影效果更加目眩神迷。<sup>5</sup>

知名製作人結城崇史及《你的名字》監製川村元氣認為如要構思及製作一齣既具地方風格又能被不同文化觀賞者所接受的作品，首先必須選定文本及表達方式，選擇時不必受到傳統限制，如《你的名字》改編自日本古老小說，故事情節簡單動人，並以非主流的不美滿結局收尾營造故事餘韻。在文學作品改編為電影劇本的過程中，可以採用不同的角度來描寫同一個場景和台詞，並思考不同描寫角度能帶來哪些不同效果，哪種效果更能使故事更具魅力。

文學須藉由敘事來使讀者了解故事情節，感受故事的氛圍，但電影卻還能透過音效、配樂以及場景畫面來牽動觀影者的感受，因此《你的名字》在製作時特別強調特效及音樂，尤其選擇以搖滾樂搭配真實場景烘托故事氛圍，來兼顧日本本土與國際觀眾的喜好。雖然日本動畫電影與音樂的跨界合作在日本非常少見，但因本片製作經費不多，思考如何以有限成本製作出受歡迎

<sup>5</sup>本段落引用自 2017 香港國際影視展《專題研討會及特備活動時間表》，有關電影內容與視覺特效的過去與未來之敘述，頁 51。

的作品為最大難題。

特效技術的進步改變電影的視覺效果，因其具有能創造新角色、重構電影場景，間接避免場景遺失所造成的損失等特點，逐漸於電影製作上受到重視，但視覺特效的商業運作卻面臨很大的挑戰。

特效一般被認為是電影後期製作，但因電影後製項目多、特效預算規模小、且受到影片市場週期短等原因影響，時常未能有充足的時間進行特效製作，雖然韓國特效公司目前透過不斷開發新技術以解決製程不足問題，但惟有改變影片產製模式才能根本解決問題。

韓國 Insight Visual 創始人、曾任《屍速列車》、《鬼怪》等 100 多部影片的後期特效與現場特效指導的孫丞鉉及資深特效導演徐飛表示，在資金、資源有限的現狀下，特效業者應從電影技術服務轉型為電影製作的合作夥伴，如有餘力，可致力於開創 IP，結合特效技術及電影內容。除此，建議導演改變「特效僅是電影後製一部分」的想法，給予特效製作足夠的時間，如若能在劇本開發階段即能與特效製作團隊充分溝通，當能節省特效製作的時程與預算。

另由於特效為新興產業，中、韓兩國政府之影視政策不及更新，對於電影特效之補助及輔導有限，中國大陸雖為鼓勵影視製作實施減免部分稅收的政策，但對於電影特效則無特別補助，韓國亦然，因此特效產業的持續發展，有賴特效業界與學界的共同合作。一般而言，視覺特效的應用技術每 5 年必須更新一次，且學校教育與業界實務存在一定落差，需不斷透過在職教育改善人才斷層問題，另影視行業較新、薪資較低，一般學校培育的特效人才畢業後常轉往動漫遊戲產業，造成人才流失。

韓國帝愛迪科技有限公司希望未來能透過成立特效專門學校，以案培育特效人才，以實務有效教育學生，解決特效人才不足的問題，香港城市大學創意媒體學院梁曉明先生則說明美國加州大學聖塔芭芭拉分校為解決特效技術人才學用落差，透過定期蒐集行業資訊，開設專題課程，透過學校、業

界的相互合作強化人才實務訓練，亦是一有效的方法。



參加電影內容及視覺特效的過去及未來論壇。



電影內容及視覺特效的過去及未來論壇現場及與會人員。

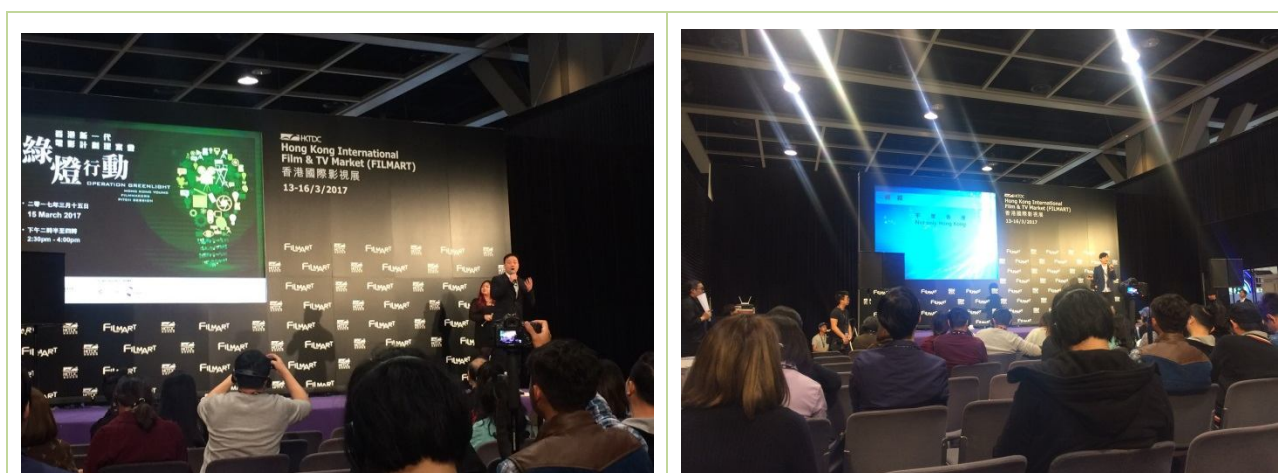
## 12. 綠燈行動—香港新一代電影計畫提案會

「綠燈行動」係由創意香港、香港電影發展局、香港國際電影節協會及香港亞洲電影投資會推動之活動，每年由創意香港所舉辦「首部劇情電影計畫」競賽活動選出多項電影計畫，於 FILMART 期間辦理提案會，推廣新的電影企畫項目，在提案會前主辦單位會先為入選團隊舉辦工作坊訓練，藉以提昇提案表達技巧。透過提案會活動，提供串起年輕電影製作團隊與國際影視專業人士、投資者交流連結，拓展更多合作契機，協助新生代首部電影計畫得以落實。

前述「首部劇情電影計畫」競賽活動為創意香港及電影發展局策劃推動，透過電影製作計畫競賽從中甄選新秀，並由旗下電影發展基金提供其製作資金，協助新人完成首部劇情電影，藉由讓新人實際參與電影前期籌備、製作至後端行銷過程，讓製作團隊從中累積實務經驗。該競賽自 2013 年開始迄今已舉辦三屆，比賽分為大專組及專業組，第一屆獲選作品《藍天白雲》、《一念無明》、《點五步》、第二屆獲選作品《戀@廣場》、《以青春的名義愛你》、第三屆《淪落人》、《G 殺》，其中《一念無明》及《點五步》皆已完成上映，多獲香港當地及國外影視獎項肯定，展現該計畫在故事題材開發及人才培育

面向，成績斐然。

本屆參與「綠燈行動」提案會計有 7 部電影計畫，分別為黎兆鈞導演及施柏林導演《忘記你，還是愛你？》、王喜導演《無量壽罰》、倪祖華導演及蘇銳洪導演《遺失在網路上的青春》、何靜怡導演《跑吧！阿紅！》、范因明導演《人生勝利組》、王綺美導演《大礮村》及張穎鋒導演《天才計劃》，在提案會上由導演進行 10 分鐘的企畫介紹，包含故事劇情簡介、電影話題亮點、預設拍攝地點、預擬演員人選及視覺意象，並開放問答時間與台下影視人士互動，活動以廣東話進行，現場亦有同步口譯設備，提供國語及英文的翻譯服務。參與提案會的電影計畫多以現實生活題材出發，包含講述夫妻、親情、現代男女關係，探討如親子教育、高齡安養、社會弱勢等議題及勾勒集體回憶情懷，較貼近觀眾生活引起共鳴。



綠燈行動提案會，由「首部劇情電影計畫」競賽活動選出多項電影計畫，提供新一代電影人與 FILMART 參展人士接觸管道，開拓更多合作機會，協助新導演完成首部劇情作品。

## 參、參展心得

一、香港影視展為提供商貿交流、技術交流及跨國合作的平台，為亞洲首屈一指之影視盛會，各參展國為鼓勵國外影視製作業者前往當地製作、拍攝影視作品，皆就各國所能提供之優惠政策制作單張、折頁及宣傳手冊，大力宣傳各國影視協拍與跨國合作機制。以日本而言，日本除中央文化廳之影視合製計畫，鼓勵國外製作業者與日本當地製作業合製影視作品，並提供相對補助外，

各地方政府及地方電影委員會，亦就當地所能吸引國外製作業者前往之條件廣為宣傳，如沖繩、札幌、九州等地就各電影委員會所能提供之影視協拍、場景協調、製作資金返還等優惠吸引國外製作業者；又如京都、大阪、下關等地，則以介紹當地民情、風俗習慣，說明在當地不同場景拍攝影視作品所應注意的事項，協助國外製作業者減少至當地拍攝之文化隔閡及阻礙。

二、在籌備香港影視展徵展過程中，發現今年國內影劇界接力推出許多類型片作品，故事多以人性描繪出發，結合犯罪、懸疑、推理、驚悚等各項元素，帶來強烈影像饗宴及深刻反思，從植劇場系列作品《姜老師，您談過戀愛嗎?》、《天黑請閉眼》、《積木之家》，以及國片《白蟻：慾望謎網》、《目擊者》皆引發觀眾迴響，在4月後接續有植劇場《夢裡的一千道牆》、《最完美的女孩》、《報告老師！怪怪怪怪物！》等作即將推出，在以往台灣擅長的校園愛情題材外，又提供新一波影劇類型選擇，展現創作企圖心及創新能量，帶動產業多元發展。如未來籌備時間許可，且當屆作品有明顯風格取向或行銷亮點，或可於台灣館手冊或另外加製 DM 進行專題介紹，例如今年台北市影委會為世界大學運動會彙編台灣運動電影宣傳手冊，匯集近年有關運動的國片，列有劇情簡介及版權聯繫資訊，既能宣傳世大運活動，對相關影劇作品海外行銷亦有所助益，達相輔相成之效，且對找尋特定風格的買家而言，在蒐集資訊上又更為便捷。

三、近年香港新人導演輩出，近一年《樹大招風》導演許學文、歐文傑、黃偉傑、《一念無明》導演黃進、《七月與安生》導演曾國祥、《點五步》陳志發，作品多有不錯的評價，並獲金馬獎或香港金像獎肯定，亦可見香港自「鮮浪潮短片競賽」至「首部劇情電影計畫」新生代培育成果。相較於創意香港所推出的「首部劇情電影計畫」培育新秀方式，本局透過短輔、長輔等不同機制提供優秀電影計畫協助，並有推出培訓課程提供新銳工作者提案技巧、劇本指導、跨國製作、後期製作、新媒體行銷等培訓，亦提供創意行銷及參與國外影展活動獎勵措施。今年於台灣館手冊增列導演簡介篇幅，期完整呈現作

品及創作者介紹，強化推廣行銷內容，後續應可再思考如何擴大協助新銳影視工作者及其作品露出機會，帶動影視質量正向發展。

四、今年在展館設計上，雖相較以往設計模式有所變革，但仍有待改進之處。例如採彎曲展版及其固定支架，較易影響海報視覺呈現；置物空間屬狹長型且未再分隔利用，導致物品僅能堆置地上顯得較雜亂；另，DM 放置空間的規劃上，雖已利用展版立體空間及活動式 DM 架，片商仍以放置於展館服務台桌面為主，可能因服務台屬人潮聚集最多之處，但 DM 多而平面空間有限，宣傳效果就容易互為干擾，因再多自使用者角度思考，提供參展業者更好的空間規劃。另，此次展館裝潢進度稍顯急迫，以致完工後仍有展版字樣未黏著好而脫落情形，所幸工班能趕至現場修補，未來在展館設計及施工進度管理應更謹慎，或可參考日本館一樣採輕鋁架設計方式。





新加坡館入口處採開放性、自由空間感之明亮設計。



日本館以簡潔不花俏之形像入口，以爭取洽談空間可放多數桌椅服務買家為首要。並以輕鋁架作展館空間規劃，簡潔較木工來得經濟快速。



韓國館以國旗(青/白)色調設計，突顯國家意象。



韓國館設置多架螢幕，提供後製業者獨立展示空間。



美國展館與往年相同，以紅藍色調為主要識別。



法國展館設計簡潔，館內提供業者獨立使用空間。



加拿大館以楓葉，突顯國家意象。



英國館設計整體空間較為明亮、穿透，充份運用洽談空間。



香港片商展館以宣傳年度作品為主軸，整體設計搶眼吸睛，且環扣電影主題。圖為香港寰宇電影、太陽娛樂文化、英皇電影公司展館。



## 肆、建議事項

### 一、以推動跨國合作思維，擴大展館推廣內容及服務

協助展攤服務過程中，觀察到前來展位諮詢者不僅以版權交易為主，而是包含跨國合製機會、影視協拍、影展競賽投件等多項合作面向，因部分工作人員是聘請當地人力支援，對台灣電影及相關行政措施認知度難免有限，建議未來承辦廠商除依舊要事前預習，本局同仁亦可於展會期間參與服務，協助詢答相關行政措施，並可同時觀察該展會特色及型態，確保展攤服務品質更臻完善。

而在觀察其他國家展館方面，各國對於吸引外國製作業前往當地之優惠措施及宣傳方式，皆可作為本局往後政策制定之參考，國際合作為目前影視發展的趨勢，臺灣雖鼓勵臺灣製作業者與國外影視製作業多方交流，亦鼓勵國外製作業來臺攝製，惟尚未完成法令制度系統化與實際操作方法歸納綜整，以利製作業者參考各製作階段政府所能提供之協助，建議往後參展時，能以單張、折頁之方式，有系統地介紹臺灣對於國外影視製作之協助，以期跟上國際合作之時代潮流。

### 二、展位空間面積及規劃符合策展需求

本局已先向香港貿發局洽詢，明(2018)年香港影視展與電影節活動預計同期舉辦，因歷年台灣業者參加 FILMART 家數眾多，以目前 180 平方米且屬狹長型格局，廠商使用空間似有些擁擠。未來策展內容除仍著重影視作品版權發行外，如後續將強化後製技術及影視協拍等跨國合作推廣內容，加以電影節、HAF 台灣入選作品亮點宣傳，無論是展位租賃面積或空間運用及設計規劃上皆需再審慎思考，或可參考日本館、韓國館、法國館設計方式，能呈現出簡潔卻鮮明的國家視覺意象，同時能提供業者更多獨立洽談空間，以提供臺灣參展商良好洽商環境。



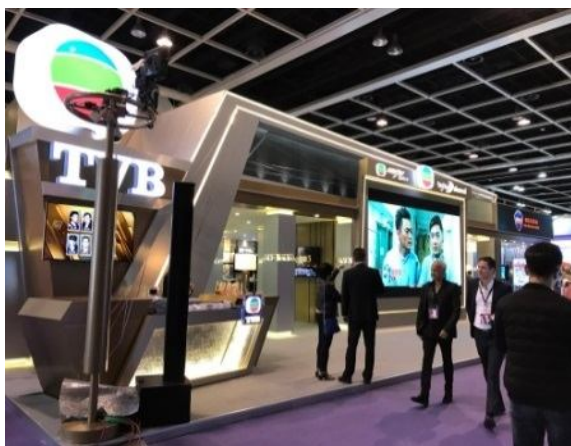
館內洽談區人潮駱驛不絕，惟業者眾多，使用空間略顯擁擠。



保留大幅度海報版面，具宣傳效果。



因展版為彎曲設計，以致影響部分海報露出效果。



TVB 展館位於會展中心中央入口處，TVB 為香港電視台，展館面積約臺灣館 2 倍大，空間運用較為多元，號召旗下藝人共同為電視台站台，吸睛力滿格。