

出國報告（出國類別：考察）

赴日本參訪影視相關機構暨參加東京影展、市場展考察報告

服務機關：文化部影視及流行音樂產業局

姓名職稱：科長王梅芬

科員李杰穎

派赴國家/地區：日本東京

出國期間：113年10月29日至11月2日

報告日期：113年12月27日

摘要

本次考察重點為拜會 VIPO (Visual Industry Promotion Organization)及日本發行公司 (Happinet)並觀摩東京影視展 (TIFFCOM 2024)台灣館及其他國家參展情形，並實地考察戲院放映口述影像版本影片方式，瞭解日本影視產業最新趨勢及市場需求，建立與日本發行商及產業促進機構的合作關係，蒐集影視發行市場資訊，強化國際市場競爭力，觀察疫後國際影視展會變化並參與周邊影視論壇等相關活動，汲取最新國際影視產業動態趨勢及產業經驗與作法，作為未來相關政策推動、規劃與參考。

目次

壹、前言

貳、行程安排及參訪機構簡介

一、參訪行程

二、參訪機構簡介

參、參訪內容與訪查紀要

一、參訪日本映像產業振興機構

二、拜會 **Happinet Phantom Studios Corporation**

三、口述影像戲院觀察(**TOHO 日比谷 premium theater**)

四、參訪展會及活動介紹

肆、建議事項

壹、前言

本局職司電影產製、人才培訓及國際行銷等業務，考量近年受疫情影響，或可藉由參與影展、市場展及拜訪相關影視機構，觀察其他國家及影視作品發展狀況，進一步了解日本電影業於疫情後是否有改變市場策略或產學銜接等因應作為，另考量本年本組新增文化黑潮-海外商業映演行銷造勢補助措施，就國片與海外發行商合約簽署、落地放映及商業操作等細節，安排拜訪日本當地主要發行國片之發行或行銷公司。本次參訪行程訂於本(113)年 10 月 29 日(二)至 11 月 2 日(六)辦理(計 5 日)至東京參訪「特定非營利活動法人映像產業振興機構(VIPO, Visual Industry Promotion Organization)、日本當地發行行銷公司；另安排於東京影展(TIFF)及東京影視展(TIFFCOM)辦理期間，觀摩台灣電視劇製作產業聯合總會率業者組團參展及交流現況。

貳、行程安排及參訪機構簡介

一、參訪行程表

日期	時間	行程
10/29 (二)	1015-1415	飛往東京成田機場、入境、住宿 check in
10/30(三)	1000-1200	至東京影視展台灣展位，參觀其他國家展位
	1430-1550	參訪 VIPO(Visual Industry Promotion Organization/特定非營利活動法人映像產業振興機構) VIPO 出席人員 全球展開事業部 統括部長 森下美香 全球展開事業部 部長代理 土田健太郎 事務局次長 槇田寿文
	1600-1700	《零日攻擊》發布會
10/31 (四)	1000-1200	觀察東京影展及市場展鄰近國家展位相關資訊
	1400-1530	《台灣日》台灣影視作品發布會
	1600-1700	參加大會舉辦論壇-
	1900-2130	台灣之夜
11/1 (五)	0930-1230	拜訪日本發行商 Happinet Rie Hatano 女士
	1400-1700	日本戲院口述影像影片放映觀察
11/2 (六)	1535-1845	搭機返國

二、參訪機構簡介

(一) 日本映像產業振興機構



Visual Industry Promotion Organization，簡稱 VIPO）是一家於 2004 年成立的非營利組織，旨在促進日本內容產業（包括動畫、廣播、角色設計、遊戲、電影、音樂、出版等）的發展。VIPO 的主要任務包括人才培育及市場開拓，此外，VIPO 還負責運營「日本內容目錄」（Japan Content Catalog，JACC），這是一個線上平台，提供有關日本電影、電視節目、動畫、角色、音樂、遊戲等的基本資訊，以及版權持有者的聯繫方式，方便海外企業和組織與日本內容產業進行合作。

(二) 株式会社ハピネットファントム・スタジオ (Happinet Phantom Studios Corporation)



日本的綜合影像公司，成立於 2021 年 1 月 20 日。公司是株式会社ハピネット的全資子公司，其主要業務包括：進口、發行和宣傳外語/日本電影、策

劃和製作日本電影、演員和藝人的經紀管理及推廣業務，此外，該公司還參與動畫和電視劇的製作與發行。2023 年 10 月 31 日，ハピネットファントム・スタジオ與美國獨立電影製作公司 A24 簽訂了獨家合作夥伴協議，負責 A24 作品在日本的獨家發行和周邊商品開發。

參、參訪內容與訪查紀要

一、參訪日本映像產業振興機構

VIPO 是 2004 年由日本經濟團體聯合會發起成立的 NPO 法人組織，組織會員包含音樂、影視等 100 多家內容產業公司，因此 VIPO 對各內容產業提供支援，但電影佔其業務 70%-80%，為其主要事業內容。目前 VIPO 進行中的業務分為受到政府機關委託(如經濟產業省、內閣等相關機構)委託進行的事業內容及自主進行的事業內容兩大類，其業務運營方式與台灣文化內容策進院(下文簡稱文策院)相類似，但 VIPO 運營已超過 20 年，其業務運作方式相對成熟，其運營之各項專案計畫亦已有相當成績，近年來致力於國內導演及電影從業人員之培育，並協助向海外發展。

如「NDJC 年輕電影作家培育課程」為針對日本國內新導演之培育計畫，截至今年已進行 19 年，培育之新導演約 80 餘人，其中約 40 位新導演以短片作品出道，40 位新導演以長片作品出道。另開設「VIPO 電影實驗室」提供國內製片人相關基礎課程，此計畫進行已約 3 年，不僅從國外延攬優秀講師赴日本開設課程，如近年與法國國立電影學院合作，更鼓勵本國製片參與國際影展活動，且為鼓勵國內製片參與國際影展活動，以甄選方式派遣年輕製片人參與柏林、坎城影展與其他國家電影製片人進行交流，討論各國提供補助金之方式及詳細內容，尋求未來合作機會。另為協助商業媒合，近 6-7 年間於韓國釜山影展、富川國際奇幻影展、荷蘭鹿特丹國際影展等成立「VIPO AWARD」以提升日本電影產業之國際能見度，促進國際交流。

除上述自行發展之業務外，VIPO 亦有許多受到政府委託之業務項目，協助政府運作補助金及各項輔導政策，如獎勵電影企劃、鼓勵人才培育進軍國際等，也為吸引外國人來日本拍攝，提供相關獎勵措施，透過補助金之提供及相關輔導政策，近年有許多優秀作品增加。除此，VIPO 亦有協助外國影視劇組在日本拍攝之協拍業務，惟日本文化認知與其他國家時有差異，拍攝時常產生很多問題，舉例而言，日本習慣安排好拍攝之各項行程安排和處理方式，如果改臨時改動劇本，或是改變拍攝行程，日本人會覺得困惑及苦惱，很容易引起與當地人的摩擦。VIPO 簡要且委婉地說明協拍業務遇到的難處，但可以感覺到他們對於劇組不斷變動拍攝計畫一事感到非常苦惱。

近年虛擬製作、AI 技術之運用為新興技術，為鼓勵我國電影業者運用虛擬製作進行拍攝，目前以「影視製作運用虛擬攝影棚徵案要點」提供我國電影業者虛擬製作電影前導片補助金，由於傳統製作人員如導演、攝影、燈光等職務之人員並不熟悉虛擬製作技術，目前台灣 4 個主要虛擬攝影棚都以拍攝廣告、MV、產品發布、車拍等項目為主，期藉由操作小型電影企劃之方式，逐漸熟悉虛擬攝影棚之運用技巧。VIPO 內部則表示，日本情形與台灣類似，目前正針對虛擬製作議題進行研究，並與政府相關部門進行合作洽談，亦需要一點時間讓國內技術人員熟悉虛擬製作。目前日本國內有 3 個主要的虛擬攝影棚，但 85%都用在拍攝廣告，電影還需要花時間慢慢開始，日前台灣文策院曾邀請 NHK 之《怎麼辦家康》(どうする家康)到台灣分享虛擬製作之經驗，但 NHK 之虛擬攝影棚為拍攝電視劇專用之攝影棚，需要再加強改進後才能使用在電影製作上，不計算在上述三個主要虛擬攝影棚中。目前台灣特效公司會利用 AI 產生特效背景，有效降低特效製作成本，槇田先生表示日前赴澳洲參訪，發現澳洲已有一套虛擬攝影棚的運作模式，由攝影棚取得各式各樣虛擬背景之使用許可。

台灣目前尚未正式運用 AI 技術於商業案件中，但在 Youtube 等平台上已出現許多測試階段的作品，而在日本國內，AI 技術則受到日本編劇作家協會之挑戰，該協會認為運用 AI 技術可能引發知識產權、著作權等爭議，因此目前 AI 技術於日本編劇、劇作家間為相對敏感的話題，但日本製作方站在縮減預算之立場，期待未來可以實際運用在製作上。台灣編劇協會目前雖未提出相關意見，但 AI 技術之運用不僅影響到編劇、電影等單一產業，而是與所有文化創意產業息息相關，未來應針對 AI 運用技術訂定相關使用方針，以保護台灣本土文創產業。

二、拜會 Happinet Phantom Studios Corporation

Happinet Phantom Studios Corporation 主要業務為進口、發行和宣傳外國電影，以及發行和宣傳日本電影，近期發行外片如《五月的你 十二月的她》及《夢想集中營》，也是《青春 18x2 通往有你的旅程(青春 18x2 君へと続く道)》的日本發行及製作/投資公司之一。

11 月 1 日上午拜會 Happinet 國際銷售 Rie Hatano 女士，就有關該公司選擇國外影片進行日本發行時，有哪些主要的考量因素？文化差異或市場需求如何影響這些選擇？並請教其關於發行系統與戲院的關係：例如 Happinet 作為發行商，如何與日本戲院建立合作關係？在排片安排、宣傳合作以及票房預測方面，發行商和戲院之間的合作是如何進行的？Rie Hatano 女士表示選擇外國影片到日本發行基本上會考量市場需求及日本觀眾喜好，以演員卡司知名度尤甚，如果是在台灣特別賣座的電影也會納入考量，但其實像在日本幾乎沒有非常紅的台灣演員，故要引進台片多會以劇情考量，例如喜劇或是在台灣本土已經大賣的電影，就會納入選片的範圍，Rie Hatano 女士也提到雖然許光漢在韓國已非常有人氣，但是在日本幾乎是沒有知名度，不過在青春 18 上映後，因票房已達日幣 7 億元以上，加上女主角的知名度互相拉抬，目前已有提升許光漢在日本的支持度；鑒於本局今年度針對海外商業映演有提供藝人出席映後的支持，日本的部分則是由經濟產業署提供發行公司的行銷補助，Rie Hatano 女士也提及電影製作的部分也有相關補助可以申請(VIPO 主責)，至於日本發行外片與當地戲院的落地機制要大約是甚麼樣的狀態？以日本的商務習慣而言，發行商與戲院不會在影片上映前即簽訂合約，但日本基於互相信賴原則，口頭約定後即可以開始排片，這個部分屬於日本特殊的商業作法，雖上映細節仍會事先約定(以電郵方式)僅是沒有落實以契約文字，事後會逐週檢視上映成績才會與戲院做分帳比率與結算，一線城市及其他地區的拆帳比率也會有所不同，主要是看發行方業務與戲院方談的手腕，多數電影都是先在東京上映之後，再視票房成績爭取於東京以外的戲院上映，日本的映演戲院是以大的發行系統為主，小型發行商在日本的發行策略較為弱勢，但如果是該業務是從大的發行公司轉職到小型發行公司就能延續其人脈，對於其業務推展也較有利；以台灣而言，國片要選擇發行商的推薦部分，事實上 Happinet 不太擅長處理亞洲片的進口，以青春 18 為例，是因為該公司有參與製作，且取景是台日各半，導演及女主角都

是日本人，才會負責該片的發行，如果是非與日本合製的國片，目前發行商仍推薦主要引進台片的小型發行商，較能掌握日本看台灣片的人口/地區分布以及排片的方式；Rie Hatano 女士也提到日本目前進戲院看電影的人口逐漸下降中，即使是歐美有名的獨立製片在日本發行也很艱困，就算是日前在韓國相當賣座的影片《破墓》引進日本後，票房表現也是普通，因此對發行商而言，未來引進外片將會趨向保守以及需要綜合更多方面的考量。



與 Rie Hatano 女士及台灣電視劇製作產業聯合總會會長林錫輝合影

三、口述影像戲院觀察(TOHO シネマズ日比谷 premium theater)

日本的口述影像服務(Audio Description, AD)發展始於 1970 年代，以電視廣播為主的媒體逐步嘗試為視障者提供語音解說服務，電視台開始推出「副聲道解說」節目，為視障者提供基本描述服務；1990 年代 NHK（日本放送協會）開始定期播出帶有口述影像的節目，代表公共廣播機構對視障服務的正式投入；1997 年日本電影界首次嘗試為影院放映提供現場口述服務，此後，NHK 推出數位廣播技術，口述影像的傳播效果大幅改善，音質更清晰及穩定；2000 年《高齡者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律》頒布，推動公共設施與媒體服務無障礙化，強調口述影像的重要性；2003 年日本推出「多頻道數位電視廣播」，廣播劇和紀錄片開始普遍提供口述解說，2006 年公布《障害者の日常生活及び社会生活を総合的に支援するための法律》，進一步強調文化權利保障，促使各電視台和電影製片公司提升製作無障礙內容。¹目前日本電影院口述影像服務多採用移動應用程式與同步播放技術（如 UDCast），觀眾可

¹ 參考資料：e-Gov 法令檢索 <https://laws.e-gov.go.jp/law/>
社会福祉法人 日本視覚障害者団体連合 <http://nichimou.org/impaired-vision/barrier-free-environment/enrichment/>

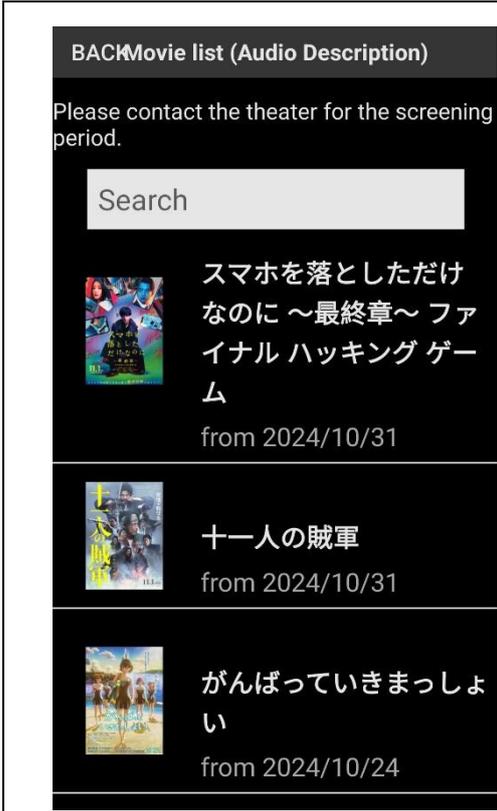
通過手機設備享受同步口述影像服務，且隨著人工智慧技術發展，自動語音辨識與描述系統進一步提高了內容的覆蓋率與即時性

UDCast 技術是一種為視覺障礙者提供無障礙觀影體驗的輔助技術，主要應用於電影和戲劇等娛樂領域，UDCast 可透過應用程式提供口述影像服務，讓視障者能夠同步享受電影或戲劇內容，而不需要依賴現場特殊設備。主要使用流程為：使用者下載使用 UDCast 技術開發之 App，並於觀看電影前，預先下載對應的字幕或語音描述檔，進入戲院後，應用程式會利用音頻識別技術自動與現場音頻同步，開始播放對應的輔助內容，確保內容與影像精確對位。²

經調查目前日本使用 UDCast 開發之適用於電影口述影像版本觀賞之 APP 為「HELLO! MOVIE」(如下圖)，經事先以智慧型手機下載後可發現該 APP 已預載預計上映或現正上映之電影片，點擊進入後即可下載該影片之口述影像描述檔，該 APP 另有連結電影片之時刻表，方便查詢每部影片上映時間及戲院。11 月 1 日(五)下午實地至日比谷 TOHO 戲院觀察並實際買票觀賞電影，購票可於人工櫃台或自助買票機器購買，流程與一般影片買票並無不同，買票完成後，進入影廳並將「HELLO! MOVIE」APP 開啟，並將手機連結耳機後，該 APP 即會自動判別電影開始撥放的時間點同步撥放口述影像描述內容，在電影片正式放映前的廣告片時間，APP 則會重複撥放請保持應用程式及耳機開啟之提醒語音，正片開始放映後，APP 即會偵測到並同步播放口述影像描述檔。

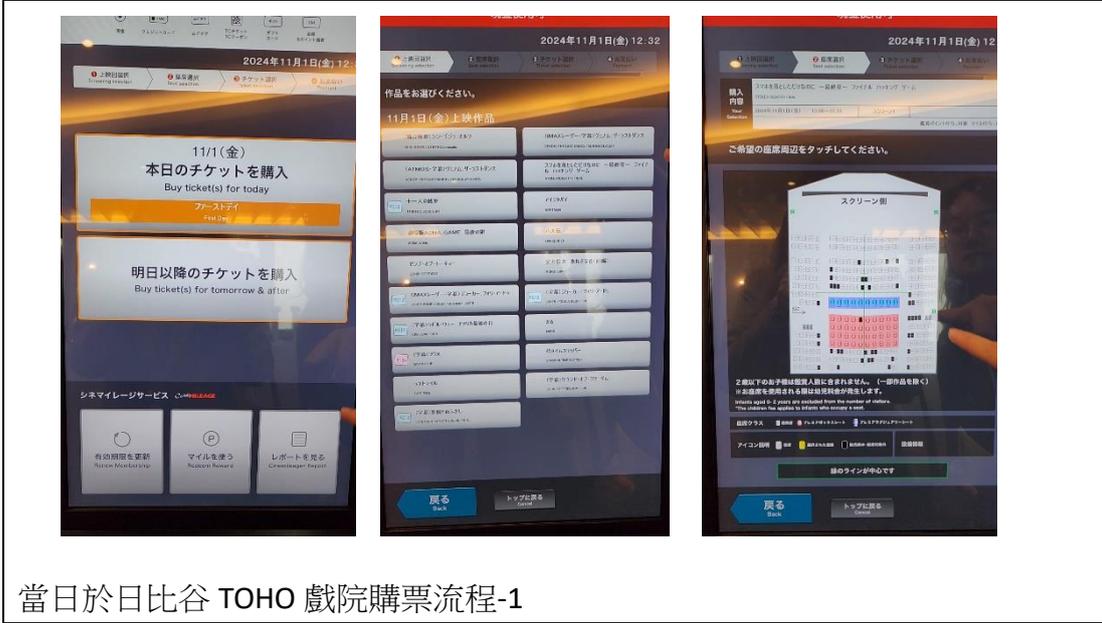


² 相關技術說明參考網站 <https://udcast.net/>



APP 內顯示影片均有支援口述影像版本，經檢視幾乎涵蓋當期首映之所有劇情長片(以日本國產片為主)

點入影片後即可下載該片之口述影像音檔(因無法截圖故以翻拍示意)



當日於日比谷 TOHO 戲院購票流程-1



四、參訪展會及活動介紹

東京國際影展（Tokyo International Film Festival, TIFF）於 1985 年創立，是亞洲最大的國際電影節之一。最初每兩年舉辦一次，自 1991 年起改為每年舉行，通常於每年 10 月下旬至 11 月上旬在東京的日比谷、銀座和有樂町等地區舉行。TIFF 的設立旨在推廣全球知名電影工作者的作品，並促進電影文化的交流與發展。影展設有多個競賽單元，包括主競賽單元、亞洲未來單元（2013 年設立，旨在挖掘亞洲電影新秀）等，並頒發最佳影片、最佳導演、最佳男女主角等獎項。東京影視展（TIFFCOM）是與東京國際影展同期舉行的國際影視市場展，為亞洲影視圈的重要交流平台。TIFFCOM 旨在促進影視作品的國際交易與合作，吸引來自世界各地的製作人、發行商和買家參與。

(一)東京影視展（TIFFCOM）

由公益財団法人ユニジャパン（UNIJAPAN）舉辦的東京影視展（TIFFCOM），於 2024 年 10 月 30 日至 11 月 1 日在東京都立産業貿易センター浜松町館實體舉行，總參加人數：4,088 人（較 2023 年增加 6%，當年為 3,851 人）；海外參加者：1,722 人（較 2023 年增加 25%，佔總人數 42%，2023 年為 35%）；參與

國家/地區：42 個（2023 年為 52 個）；研討會數量：15 場（2023 年為 7 場）；
研討會參加總人數：累計超過 2,000 人。³

1、臺灣館及其相關活動

本年度台灣由台灣電視劇製作產業聯合總會與 46 家影視相關公司組團參與設立台灣館，參展作品計 95 部影視作品，共計 2,196 集，約 2,675 小時節目時數，並於 10 月 30 日辦理《零日攻擊》發布會及 10 月 31 日「台灣日」活動。



³ <https://tiffcom.jp/news/13/> TIFFCOM 網站統計 2024 年展會數據

➤ 《零日攻擊》發布會

由製作人鄭心媚、演員張洛倝和連俞涵出席，製作人鄭心媚介紹了劇情概要，強調該劇以台海戰爭為背景，描繪了戰爭倒數前的社會變化與人性選擇，兩位演員則分享了與日本演員的合作體驗，並透過影片介紹了拍攝過程中的挑戰與收穫，後續媒體報導：除當日發布會結束後多家日媒刊登相關報導外，後續日本 NHK World 也對《零日攻擊》進行報導，介紹了劇情概要和主要演員。<https://www.youtube.com/watch?v=xK O xMNTMk>



發布會現場



製作人與演員出席

➤ 台灣日活動

在 10 月 31 日的「台灣日」活動中，由艾瑞克艾斯股份有限公司《男公館》進行發布會，演員羅宏正、周予天、陳奕、石知田與張立昂全員出席，以帥氣的男公關形象登場，讓活動現場充滿新宿歌舞伎町風格，引起媒體熱烈關注。駐日代表李逸洋當日也出席本活動，代表致詞表示稱讚台灣影視作品的創意和製作已達國際水準，並期望更多台灣作品能在國際影視市場發光發熱。他特別指出，隨著國際 OTT 影音平台的推廣，台灣影視作品以其豐富的在地文化和真實的生活議題獲得國際關注，為全球觀眾帶來全新視角，期待未來台日演員之間能交流合作，日本演員也能參與台灣影集的演出，這將有助於台灣提升國際水準。

日本演員緒形龍和米本學仁亦出席「台灣日」活動，表達對台灣影視的高度興趣，並期望未來能參與台灣影集的演出，緒形龍分享了家族與台灣的情誼，而米本學仁則回憶在金門拍攝的經歷，認為台灣觀眾的熱情令人難忘，並期待更多台日影視合作的機會。⁴

⁴ https://www.roc-taiwan.org/jp_ja/post/99812.html 駐日代表處新聞發布，李逸洋・駐日代表が TIFFCOM「台湾デー」イベントに出席



➤ 台灣之夜

10/31 晚間舉辦「台灣之夜」活動，邀請各國影視業者及日本影視界代表參與，日本東京影展主席椎名保特地出席，表達對台灣參展的支持，並希望雙方影視產業能透過合作不斷深化友好關係。台灣影視產業的努力與成就，不僅推動了亞洲影視圈的深度交流，也為台灣在國際影視市場上增添亮麗色彩。



2. 參加 TIFFCOM 論壇：Financial and In-Kind Support Programs for Foreign Productions in Korea

- 韓國電影振興委員會(KOFIC)簡介 Location Incentive Program 計畫/報告者：

Jinhye Park

KOFIC 是文化體育觀光部下之機構，其目的是促進韓國電影產業發展，以「Location Incentive Program」計畫加強國內電影人員的國際合作能力，創造國內人力資源就業以振興國內產業，亦透過輔導韓國國內電影行銷全球，成為亞洲內容製作基地。申請條件為拍攝、製作皆在韓國國內完成之影視作品(不含體育類、教育類節目及廣告)，在韓國拍攝超過 10 天，韓國花費超過 8 億韓元，可獲得 25% 支援；在韓國拍攝至少 5 天，花費 1 億韓元以上 8 億韓元以下，可獲得 20% 支援，上限為 3 億韓元。在韓花費計算方式則以在韓國合法經營的電影製作業提供之服務及商品費用，或由韓國公民及在韓國合法居住一年以上之個人提供之服務。近年放寬申請資格限制，在韓國開拍前之前製階段產生之費用也可計入製作成本，計算區間可為開拍前三個月到製作結束。惟主要演員費用不得超過全案人事費 30%。

申請方式分為預先申請、最終申請兩階段，可隨時提出申請。預先申請是了解專案是否有資格獲得支援，以及可獲得多少支援，於開鏡 30 天前檢附最終版劇本、韓國國內拍攝進度、預算執行計畫等，由韓國生產服務公司代為申請。最終申請則指如資助金額已完全確定，且於韓國拍攝製作完成之日起兩個月內提出申請，檢附資料為會計師審計報告及拍攝日誌，將再次審查與預先申請內容是否有差異，及成本執行是否適當。

「Location Incentive Program」計畫具有促進韓國電影產業發展之終極目的，因此審核標準之一為是否利用韓國國內場景和與韓國國內公司合作，二是評估韓國在整個電影製作過程中，包含導演、製作、劇本、後製等人力資源參與程度，三是電影本身是否具有國際發行潛力、能於重要國際影展曝光。之前支持過的作品包含漫威系列的《復仇者聯盟》、《奧創紀元》、《黑豹》等、獲得 2024 美國影藝學院獎最佳影片提名之《Fast Live Joo》、參與多倫多影展的《束草的冬天》、Netflix 原創作品《XO Kitty》、《致所有我曾經愛過的男孩》。

■ 首爾電影委員會 (Seoul Film Commission) 激勵項目/報告者：Joonyoung

Maeng 首爾電影委員會海外業務組經理

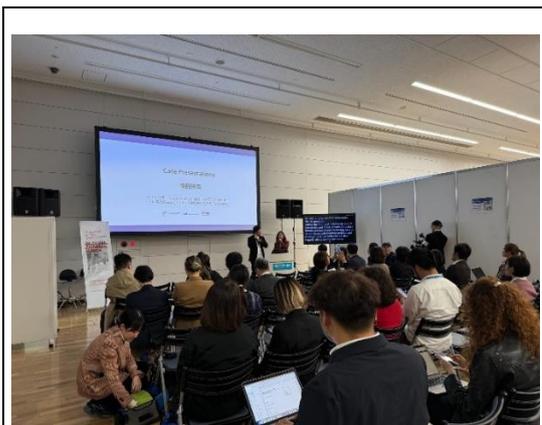
首爾為韓國影視劇產業中心，大多數主要電影製片廠、廣播電台、CJ 樂天等各種媒體內容公司都位於首爾，使其成為以 K-pop 和韓劇為代表的韓流中心。首爾也是非常適合拍攝的城市，近年來更因成為許多外國作品的拍攝地而受到關注。首爾電影委員會主要工作內容如下：

- 提供拍攝支持。核發拍攝許可，確保可在首爾順利拍攝。
- 營運各種支持項目以支持國內產業。
- 提供來首爾拍攝的外國團隊各項協助。

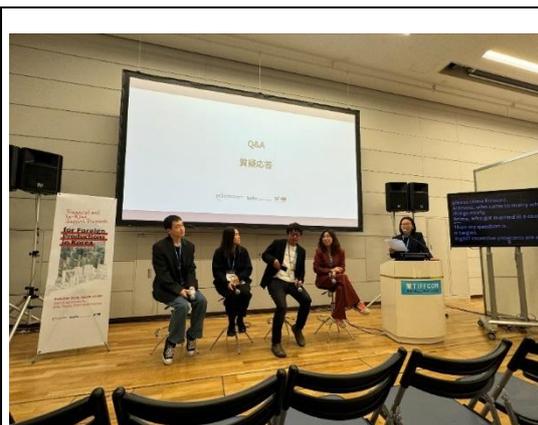
如國外錄像作品激勵項目，於 2007 年開始，至今已支持 200 多部國外作品，包含《Parasite》、《Squid Game》等全球熱門影片。激勵計畫可分為三類，依製作階段量身訂製支援計畫。

- 策畫階段：開發以首爾為背景的長片或紀錄片的海外導演、製片、編劇可以劇本及申請表提出申請。支援計畫將補助來回機票、酒店住宿(最多 30 天)等，支援劇組在首爾進行劇本創作，勘景協助、媒合韓國製作公司或韓國製片人及媒合所需之會議空間。該支援計畫每年 3 月-4 月間透過網站或視訊開放競賽，每年約有 30 多個來自各國的企劃案參與，其中約有 5-6 個人選。
- 針對製作階段人員的 Location Scouting or Recce 計畫：為海外劇組提供首爾三天的外景探查費用，最多提供 2 人來回機票和最高 120 萬韓元的住宿費用，也提供當地場景協調人員和三天的租車費用。可以獲得資助的對象包含、導演、副導演、製片人、攝影師、藝術總監、外景經理等主要製作人員，亦須提出至少 2 份指定之相關文件佐證該專案正在製作中。本案全年接受申請，但須勘景前至少 4 週提出申請。
- 支援製作成本：支持在首爾拍攝的海外作品或與韓國合拍之作品皆可以提出申請，每件作品申請金額不得逾製作成本 30%，上限為 3 億韓元。該作品必須為 60 分鐘以上的電影長片、紀錄長片，並至少在首爾拍攝 4 天。申請時必須提交影片行銷及預售之規劃，全年皆可透過網展申請，但須在首次在首爾拍攝的 4-6 週前提出申請。拍攝完成後提交結案文件，2 個月內便可以審核發放款項。曾支持的作品包含韓國與新加坡合拍片《花路阿朱媽》、以及曾受邀參加坎城影展的法國電影《RETURN TO SEOUL》(重返首爾)。

雖然 Seoul Film Commission 的激勵措施僅限於首爾，但現在 Seoul Film Commission 的激勵措施可與 KOFIC 的激勵措施將結合。例如同時在首爾與釜山拍攝，可以透過 Seoul Film Commission 得到在首爾花費費用之資助，而在釜山的花費，則可透過 KOFIC 獲得資助。



講座現場



會後 QA

3.其他國家展位觀察

韓國展位係由韓國電影振興委員會（KOFIC）或其他相關機構組織，旨在促進韓國影視內容的國際推廣和合作，展位主要是放置各類協拍或補助推廣文宣，較少單獨戲劇或電影作品；新加坡由新加坡官方媒體集團 Mediacorp Pte. Ltd。參展，以銷售電視作品為主；香港則由香港貿發局參展，亦將宣傳重點放在製作補助及協拍支持方面。中國大陸展館位於 4 樓另外一側，整體大小與我展位相同，最大展位為上海館與北京館，其餘為地方電視台展位居多，上海館以銷售電影及電視作品為主，北京館則以出版/IP 為主。另外值得關注的是泰國今年以 BL/GL 劇集為主要銷售內容參展，實地觀察展位洽談人潮絡繹不絕，也與大會合作相關主題論壇，顯見泰國已成為亞洲地區 BL/GL 主題影視內容的主要輸出大國。



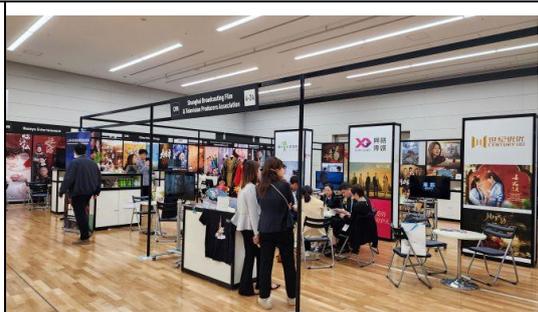
韓國展位



新加坡展位



香港展位



上海展位



北京展位



泰國展位



泰國 BL/GL 影視作品展位



泰國館舉辦 BL/GL 大會論壇

(二)東京影展 (TIFF)

第 37 屆東京國際電影節於 2024 年 10 月 28 日至 11 月 6 日在東京日比谷、丸之內、銀座和有樂町等地區舉辦，開幕影片為白石和彌導演《十一人的賊軍》閉幕影片為法國導演克里斯多福歐諾黑 Christophe HONORÉ《致我親愛的馬切洛 Marcello Mio》，由香港演員梁朝偉擔任本屆影展主競賽單元評審團主席。台灣電影部分，由黃熙執導，侯孝賢及張艾嘉監製的《女兒的女兒》入圍主競賽

單元，李康生主演台、日、美合製的《黑之牛》入選亞洲未來單元，展現台灣電影的國際合作成果。

另外由日本導演片山慎三執導，90%於嘉義取景的《雨中的慾情》亦入圍主競賽單元。此外，導演傅天余導演獲頒東京影展黑澤明獎，惟本次差旅時程較緊湊，《女兒的女兒》影展首映日為10月29日(為抵達日)，黑澤明獎頒獎典禮為11月5日，主競賽頒獎典禮為11月6日，均未能參與。



TIFF-有樂町大型螢幕



TIFF-有樂町售票亭



TIFF-有樂町背板



TIFF-日比谷戶外放映

肆、建議事項

經本次實地參訪及觀摩東京影視展後，相關建議事項如下：

一、持續新人導演及製片人培育政策，強化新興技術人才培育及著重文化科技發展議題

日本 VIPO 亦十分強調培育新人導演及製片人，我國應持續透過短片與長片製作實務經驗，加強新銳導演及製片人的技術與創意能力，並持續選派優秀人才參與國際影展與論壇，如柏林、坎城影展，擴展國際網絡，也可參考 VIPO 作法於國際影展設立專屬獎項，提高台灣影視作品的國際能見度與競爭力；在推動虛擬製作與 AI 技術發展時，須兼顧法律保障與創作者權益，確保技術與創意並行發展，為台灣影視產業開創更廣闊的國際市場與未來發展契機。

二、持續鼓勵電影製作公司製作口述影像版本影片，逐步優化共融觀影服務

本局現行透過政策面鼓勵及補助，逐步推動口述影像影片製作及共融觀影，相比日本現行使用之技術，以入耳式耳機搭配特定技術之 APP 觀影，確實能降低戲院採購口述影像設備之成本，但仍須影片製作業者配合該技術製作口述影像版本，相比台灣以頭戴式耳機裝置，除口述影像語音檔外仍可感受戲院現場音響之效果，各有優劣；未來將持續與電影製作公司溝通，增加不同類型的口述影像作品之製作，提供更豐富的觀影選擇。

三、擴增我國海外文化影響力，造星仍是重要策略

目前本局對於電影片海外落地商業映演明星造勢雖設有補助機制，但參照韓國與泰國經驗，戲劇透過 Netflix、Disney+ 等全球平台播映，讓國際觀眾接觸戲劇內容與演員更為容易，而戲劇角色往往與演員形象深度綁

定，讓觀眾透過角色認識並喜愛演員，例如《來自星星的你》的金秀賢、《背著善宰跑》的邊佑錫、《想見你》的許光漢等，故事角色帶動明星魅力，進而帶來 IP 擴展如推出電影版延續熱度，才是真正培育影視偶像與拓展海外市場的有效方式。