

出國報告（出國類別：考察）

韓國國際廣播電視節目交易展
及
亞洲內容與電影市場展
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：副局長呂美莉、組長王信惠

派赴國家/地區：韓國

出國期間：2025.9.17-2025.9.23

報告日期：2025.11.10

摘要

當前國內外影視產業的環境正處於劇烈變動與轉型的交會點。國際上，隨著串流平台的高度普及與人工智慧技術的應用擴大，全球影視內容生產進入了新一波競爭階段。各國政府及內容產業積極推動國際合製、IP 跨域開發與 AI 輔助製作，以降低製作成本、提升內容多樣性與國際市場能見度。特別是韓國，透過制度性補助與國際行銷策略，成功將影視內容輸出為文化品牌，使「韓流」成為全球具代表性的內容標誌。韓國「國際廣播電視節目交易展」及「亞洲內容電影市場展」，正是觀察亞洲影視產業最新趨勢、技術發展與國際合作方向的重要指標平台。

近年來，我國為因應全球影視內容產業的劇烈變化與跨國合作趨勢，持續推動影視產業升級與國際接軌相關政策。以「厚植內容創作能量、促進國際布局與發展」為核心，透過各項創作補助、國際市場推廣、人才培育及協拍等多面向措施，致力於強化台灣影視產業的整體競爭力與國際影響力。台灣影視產業近年在「故事力」與「技術力」兩端皆有顯著進步，國片在國際影展的表現亮眼，紀錄片、劇情片與影集製作水準逐年提升。本局多年來也輔導國內影視業者參與各國際重要影視展會，並以國家隊品牌開拓國際市場，擴大國際佈局，並整合跨領域多元文化 IP 與影視產業，以推廣我國影視內容。本次考察深刻感受到 在全球競爭日益激烈下，跨國合作與聯合製作已成為未來趨勢。積極加強跨國合作，尋求深度合作與交流、同時重視 AI 技術應用，及對 AI 技術及人才培育的投入，探索如何與內容創作和市場運營相結合是當前重要的方向。

目次

壹、前言.....	4
貳、行程安排及參訪議題.....	6
參、參訪內容紀要與心得	
一、出席韓國「國際廣播電視節目交易展」(BCWW)	
(一)「國際廣播電視節目交易展」簡介.....	7
(二) 2025 年「國際廣播電視節目交易展」展會特色.....	8
(三) Showcase 活動出席情形.....	9
(四) 台灣參展情形.....	10
(五) 與韓國 Blintn 公司總裁會晤.....	12
(六) 參訪心得.....	14
二、出席韓國「亞洲內容與電影市場展」(ACFM)	
(一)「亞洲內容與電影市場展簡介」	14
(二) 2025 年「亞洲內容與電影市場展」展會特色.....	15
(三) 台灣參展情形.....	18
(四) 台灣之夜活動.....	21
(五) 參與 Netflix 與釜山國際影展合作辦理 Creative Asia 論壇.....	22
(六) 參與「InnoAsia：科技與敘事的深度融合」論壇.....	26
(七) 參訪心得.....	29
肆、建議事項.....	31

壹、前言

當前國內外影視產業的環境正處於劇烈變動與轉型的交會點。國際上，隨著串流平台的高度普及與人工智慧技術的應用擴大，全球影視內容生產進入了新一波競爭階段。各國政府及內容產業積極推動國際合製、IP 跨域開發與 AI 輔助製作，以降低製作成本、提升內容多樣性與國際市場能見度。特別是韓國，透過制度性補助與國際行銷策略，成功將影視內容輸出為文化品牌，使「韓流」成為全球具代表性的內容標誌。韓國國際廣播電視節目交易展及釜山亞洲內容與電影市場展，正是觀察亞洲影視產業最新趨勢、技術發展與國際合作方向的重要指標平台。

近年，我國為因應全球影視內容產業的劇烈變化與跨國合作趨勢，持續推動影視產業升級與國際接軌相關政策。以「厚植內容創作能量、促進國際布局與發展」為核心，透過各項創作補助、國際市場推廣、人才培育及國際協拍等多面向措施，致力於強化台灣影視產業的整體競爭力與國際影響力。台灣影視產業近年在「故事力」與「技術力」兩端皆有顯著進步，國片在國際影展的表現亮眼，紀錄片、劇情片與影集製作水準逐年提升。然而，面對全球市場化與 AI 導向的內容生態變革，仍需加強國際市場布局與後製技術能量的強化。而產業界也正積極尋求跨國合作及產業升級的方式，開拓新商機與國際合作網絡。

本局自 109 年起補助文策院協助國內影視業者參與各國際重要影視展會，以國家隊品牌開拓國際市場，擴大國際佈局，並整合跨領域多元文化 IP 與影視產業，以推廣我國影視內容。考量疫後全球影視產業市場變化甚巨，實有實地探查國際市場發展情況之必要。因此，為瞭解國際市場環境及現況，預計參訪市場展之重要活動，蒐集國際產業發展趨勢，作為推展相關政策參考。

因韓國近年在影集、電影及綜藝節目等多領域皆展現強大內容製作實力與行銷策略，其政府部門與民間企業在政策支援、國際市場經營及 IP 跨域開發上形成良性循環，值得借鏡。韓國首爾「國際廣播電視節目交易展（BCWW）」聚焦於影集與 OTT

內容的創作、授權與國際合作，是亞洲最具指標性的電視與內容交易平台；釜山「亞洲內容與電影市場展（ACFM）」則為亞洲最大影視創投與國際交流平台，涵蓋電影、影集、動畫及跨域 IP 等多元形式。透過參與此兩大活動，觀察韓國如何結合影展、論壇、創投與市場展等多層機制，形塑完整產業生態。

故於正值全球影視產業加速轉型的關鍵時期，本次赴韓國參加韓國首爾「國際廣播電視節目交易展（BCWW）」及釜山「亞洲內容與電影市場展（ACFM）」參訪，透過深入了解國際市場交流平台的實際運作與趨勢，有助於我國未來在國際市場的策略佈局與政策制定，掌握亞洲影視內容產業的最新趨勢與國際合作脈動，並透過實地觀摩與業界交流，強化影視產業鏈的國際競爭力與永續發展基礎，作為我國影視政策及產業推動之參考。

貳、行程安排及參訪議題

參訪行程

日期	起迄地點	行程
參訪韓國國際廣播電視節目交易展及台灣日活動		
9/17(三) 9/18(四)	臺北 首爾	0730-1130(臺灣桃機-首爾仁川機場，長榮/BR170) 觀摩參訪 2025 韓國首爾國際廣播電視節目交易展(BCWW) 地點：韓國首爾會議及展覽中心(COEX) 出席台灣館參展作品行銷發布茶會
9/19 (五)	首爾 釜山	自首爾-搭乘高鐵 KTX 至釜山 觀摩 ACFM 市場展
參訪韓國釜山亞洲內容暨電影市場展		
9/20(六) 9/22(一)	釜山	1. 亞洲內容與電影市場展 地點：韓國釜山展覽與會議中心 BEXCO 2 館舉行 觀摩文策院展區、ACFM-IP 賽譯單元、Busan Story Market 單元、ACFM-臺灣紀錄片提案專場 Doc Square 單元、其他展區 特色觀摩等 3. 參加文策院舉辦「台灣之夜」交流酒會 4. 參加 ACFM、BIFF 主題論壇
9/23 (二)	釜山-臺北	原訂 12:15-1340 自釜山金海國際機場搭機返回-臺灣，華航/CI189) 受颱風樺加沙影響延遲改搭 CI187 21:10 回台

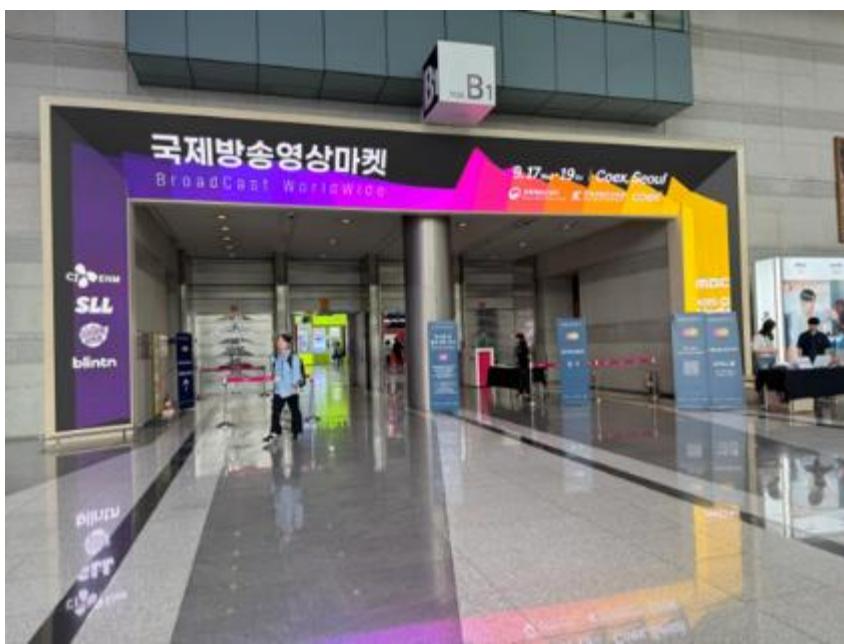
參、參訪內容紀要與心得

一、出席韓國「國際廣播電視節目交易展」(BCWW)

(一)「國際廣播電視節目交易展」簡介

「韓國國際廣播電視節目交易展」 Broadcast Worldwide(簡稱：BCWW)是由韓國文化體育觀光部（Ministry of Culture, Sports and Tourism）主辦，韓國文化創意產業振興院（Korea Creative Content Agency）及 COEX 會展中心共同舉行、並有韓國 KBS、EBS、MBC、SBS 及新興的 OTT 等主要電視播出平台的共同參與，旨在促進全球廣播內容的交流與合作，並為世界各地的內容創作者、製作人、媒體和買家提供一個展示、交易、合作的平臺。自 2001 年舉辦至今，今年為第 25 年。

BCWW 吸引了來自世界各地的電視業界專業人士，參與者可在這裡觀察到韓國及亞洲地區最新的電視內容趨勢，並有機會與國際業界進行合作洽談。加上韓劇的流行已成功銷售數十國，更已是國際 OTT （Netflix, Disney+, Amazon）的主要採購片源，首爾國際影視展亦發 展出其專屬的影視專業論壇，增加發揮韓國影視跨國製播媒合之前置接合等重要功能，BCWW 2025 吸引超過 30 個國家地區、250 個參展攤位、300 個參展商、2,500 名國際買家及 4,700 名與會者，有 50 位的演講者



及 10,000 名訪客蒞臨現場，大會活動包括內容展示、座談會、以及各種專題討論，這些活動為全球廣播行業提供了無限的機會與靈感，尤其是在數位媒體與全球化的當下，這些討論更具有深遠意義。

2025BCWW 展會入口

（二）2025 年「國際廣播電視節目交易展」展會特色

2025 年「國際廣播電視節目交易展」大會的特色圍繞著數位轉型和全球內容合作的加速進程，特別是在韓國及亞洲地區的電視內容創新和技術應用方面。以下是展會的幾個主要特色：

1. AI 與內容創作的融合：

2025 年，隨著人工智能技術的快速發展，大會討論 AI 如何影響劇本創作、後期製作及內容推薦系統。大會並特別安排專題討論，探討 AI 在創作過程中的應用，如何使內容生產更高效、精確，以及如何運用 AI 進行觀眾偏好的預測與定向營銷。

2. 全球內容互動與合作：

隨著韓國內容在全球市場的影響力日益增強，2025 年展會設有許多的跨國合作交流活動。包括韓國本土製作與世界各地內容製作方的合作洽談，尤其是美洲、歐洲及東南亞市場。這些合作促進更多的跨文化合作，並為全球觀眾提供更多元化的內容選擇。

3. 沉浸式媒體與元宇宙：

大會也關注新興媒體的趨勢，如沉浸式內容 (VR/AR) 以及元宇宙中的內容開發。隨著虛擬現實和增強現實技術的普及，2025 年的大會展示這些新技術應用如何於電視劇、電影以及網路內容的創作，打造更加沉浸式的觀影體驗。

4. 短劇與網路劇的崛起：

2025 年短劇和網路劇為今年的重點焦點，尤其是隨著 TikTok、YouTube 等短視頻平台的崛起，這些內容形式日益成為觀眾娛樂消費的主流。邀請短劇製作人和平台代表，分享他們的創作經驗與成功案例，並探討如何開發出迎合新興觀眾需求的短小精幹內容。

5. 可持續發展與綠色製作：

面對全球環境挑戰，展會也強調可持續發展和綠色製作的重要性。大會介紹如何在電視劇和影視作品的製作過程中，減少碳足跡、使用環保技術以及實施綠色製作標準。這不僅能夠提升行業的社會責任感，也能帶動全球業界朝向更環保的方向發展。

今年的展會聚焦於數位化、全球合作、技術創新以及可持續發展，這些元素共同促進全球內容行業在未來幾年的蓬勃發展。與會者不僅探索未來趨勢，還能透過與國際業界的交流與合作，捕捉到更多創新機會和商業潛力。

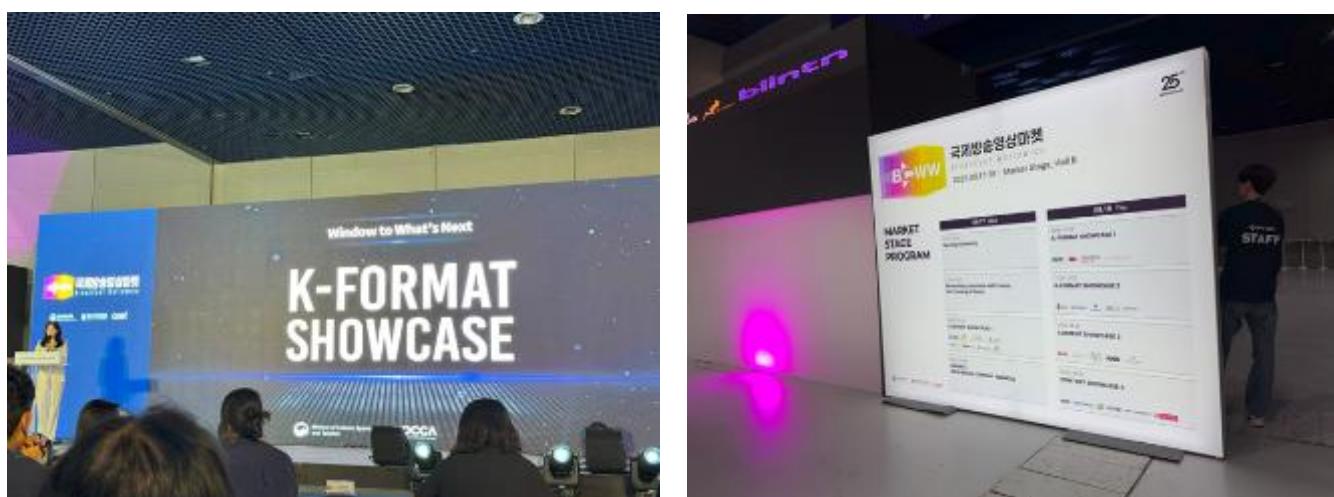
（三）Showcase 活動出席情形

在 2025 年 BCWW (Broadcast Worldwide) 影視展會中，除了傳統的影視內容展示和商業洽談，還推出兩大重要活動：Showcase 和 AI 論壇。這些活動呈現了全球影視產業的創新與發展趨勢，尤其是在數位內容創作、技術應用及人工智慧 (AI) 技術的融合方面。

1. 2025 BCWW Showcase

BCWW Showcase 是每年 BCWW 展會的一個重要組成部分，旨在展示來自世界各地的最新影視作品和創意內容。這些作品包括電影、電視劇、綜藝節目、網絡影視內容等，並為來自各國的製作公司、內容平台、買家、分銷商以及投資者提供了一個推廣自己作品的舞台，同時促進不同國家之間的文化理解與合作。。

這些作品包括但不限於各類型的電影、電視劇、網絡影視和短片等。這是一個全球影視內容的展示平台，觀眾可以了解不同國家和地區在影視創作上的獨特風格和創意理念，台灣客家電視台製作的「廚師的迫降：客家廚房」今年也獲選為展示個案，該節目製作人羅亦娌也在會中宣傳台灣節目製作的創意。



參與 showcase 活動

2. 2025 BCWW AI 論壇

隨著人工智慧 (AI) 技術在影視創作、製作及發行中的應用越來越深入，2025 年 BCWW 特設立了專門的 AI 論壇，以討論 AI 如何在影視產業中發揮革命性作用，並探討未來的發展趨勢。論壇邀請來自全球的領先 AI 技術專家、影視製作人以及創作者，探討如何利用 AI 進行影視劇本創作、角色設計、視覺效果、虛擬影像製作、如何改善影視製作的效率，縮短製作周期，降低成本，並提高內容的質量等環節。例如，AI 如何通過大數據分析創作觀眾更偏好的劇情，或如何使用 AI 創建更加真實的虛擬角色和場景。AI 論壇並展望未來影視產業的演變，討論 AI 技術將如何改變影視製作、分發及消費的方式，並預測影視業與 AI 結合的未來發展趨勢。這些討論幫助業界準備面對未來的技術挑戰和商業機會，探索未來 AI 在影視產業中更多創新的應用場景。論壇中鼓勵各方合作，共同開發 AI 驅動的影視內容。

（四）台灣參展情形

台灣影視業者積極參與 BCWW，在社團法人臺灣電視劇製作產業聯合總會的努力下，已連續多年組團參加該展會。謹將 2025 年台灣參展情形說明如下：

1. 展場規劃

台灣 2025 年赴首爾參展公司共 39 家，設攤 38 家，不設攤 1 家，參團人員共計 47 位。台灣館展場編號為 A301，面積 126 平方公尺，位於活動舞臺區外圍，鄰近商務會談區，入口前面二排 均為韓國主要電視台及 OTT 展位，右手邊起為法國及日本館，大陸館則在右後方邊有點距離處，正後方為韓國當地製作及內容公司為主。2025 年台灣館主視覺設計採用台灣代表的梅花圖案為背景，今年的設計重點，除了在海報呈現台灣多元影視內容外，在主視覺及整體台灣館用了梅花及蘋果綠+2025 年 Panton 色-摩卡慕斯為底，強調台灣的主體性以及呈現世界的潮流-舒適及和諧。另為了符合市場的特色，以” TAIWAN VISION”團體形象參展，希望擴大台灣業者與客戶接觸機會。



圖為台灣館展場規劃與業者交流情形

2.活動規劃

A.影視作品展示與放映：

展會現場展示最新的台灣影視作品，包括電影與電視劇、綜藝節目與真人秀、動畫與影像藝術，展出以台灣特有的社會背景、文化元素及創意呈現不同類型的作品，作品包括「拜六禮拜」、「成功路上」、「台灣體能王」、「花甲少年趣旅行」、「星空下的黑潮島嶼」、「沈睡的水下巨人」等。

B.合作洽談：

安排台灣與韓國以及其他國家影視業者進行專屬的商業洽談會議，尋找具體的合作契機，開展合作項目。

C.台灣日活動：

邀請台灣、韓國及國際影視人士共同出席，於 9 月 18 日下午二時舉行，聚焦於台灣的影視創新、文化交流及產業合作，活動並邀請「開火，開伙」、「舊金山美容院」、「廚師的迫降：客家廚房」的主創團隊現場造勢，展現台灣的創意力量、影視作品、以及優秀的製作技術，其中「開火，開伙」主持人李玉璽、「舊金山美容院」主要演員連晨翔、章廣辰亦透過本局造星計畫之補助，出席本次展會活動，

成功推廣台灣名星知名度，協助將台灣作品推向國際市場。



圖為台灣日活動，及呂副局長代表致詞

D.預期成果與影響

台灣的參展進一步提升台灣影視內容在國際市場上的曝光度，特別是在韓國及亞洲地區的知名度和競爭力。台灣影視業者與來自不同國家的影視公司建立長期合作關係，進一步開拓國際市場。同時通過高效的內容推介與文化展示，為台灣影視內容在全球範圍內的發展打開更多的合作和商機。

（五）與韓國 Blintn 公司總裁會晤

1. Blintn 公司簡介

Blintn (블린턴) 是一家專注於龐大 B2B 數據庫的韓國投資及內容製作公司，主要業務圍繞數據管理、數位內容創作和跨國商業合作。Blintn 的核心優勢在於其強大的數據庫技術和數據分析能力，這使其能夠為各行各業提供精確的市場洞察與業務決策支持。

作為 B2B 領域的佼佼者，Blintn 在提供數據驅動的投資方案和內容製作服務方面有著深厚的專業背景。公司不僅提供大數據分析服務，還涉足創意內容的開發，尤其在數位媒體、廣告、電子商務和品牌合作等領域擁有豐富的經驗。Blintn 的業務涵蓋了從數據收集、處理到分析應用的全流程，並且利用這些數據幫助企業制定精準的營銷策略。

在內容製作方面，Blintn 專注於根據市場趨勢和消費者需求創造高質量的數位內容，並與多家國際品牌和機構合作，開發定製化的內容方案。憑藉其強大的數據驅動能力，Blintn 不僅在韓國市場取得了顯著成績，還成功拓展了國際業務，成為全球市場上的重要參與者。Blintn 不僅是韓國本土市場的領導者，也是全球數據驅動投資與內容創作領域的佼佼者。

此次會談對象 Blintn 的總裁金永俊 (Kim Yeong-jun) 先生，是一位優秀的律師，擁有超過 20 年的數位科技與投資領域經驗。作為一位深具前瞻性和商業敏銳度的領導者，金永俊先生致力於推動 Blintn 從一個數據管理公司，轉型為一個以數據為驅動的創意內容及跨國商業合作平台。金總裁的領導下，Blintn 不僅在韓國本土市場取得了卓越的成就，還成功開拓了包括東南亞、北美和歐洲在內的多個國際市場，尤其是在大數據分析和智能投資領域的應用，屢次打破行業紀錄，提升了 Blintn 在全球市場的競爭力。

2.洽談內容及未來與台灣合作的計畫：

Blintn 正積極尋求與台灣的合作機會，並計劃在未來幾年內進一步拓展其在台灣市場的業務布局。台灣作為亞洲重要的科技與創新中心，擁有強大的數位基礎設施和高度發達的內容創作產業，這使得 Blintn 對台灣市場的合作充滿期待。Blintn 希望通過與台灣企業的合作，共同開發針對兩岸市場的數字內容、創意營銷方案及 B2B 數據應用，進一步強化其在亞洲市場的影響力。

在未來的合作中，Blintn 計畫通過數據合作、技術共享、共同開發新產品等方式，與台灣的企業及內容製作公司建立深度的戰略夥伴關係。尤其是在跨境電子商務、數位廣告、影視製作及智能投資領域，Blintn 將與台灣企業進行多方面的合作，實現雙方的共贏。目前 Blintn 已與台灣的影視製作公司合作，目前共有六個計畫案在進行中。Blintn 公司以強大的數據和創意能力，將為未來與台灣市場的合作奠定堅實的基礎，並進一步推動雙方在數位時代的深度合作與發展。



與韓國 Blintn 公司總裁金永俊（Kim Yeong-jun）會晤

（六）參訪心得

1. 參加 2025 年 BCWW (Broadcast Worldwide) 展會深刻感受到全球影視領域的創
新與發展趨勢，BCWW 展示了來自世界各地的影視作品及創新技術，尤其是人
工智慧 (AI) 技術在影視創作和後期製作中的巨大潛力。AI 的加入為影視創作帶
來更高效的製作流程和更精准的觀眾體驗預測，我們必需思考 A I 對於影視行業
的機會與挑戰。雖然人工智慧和大數據的應用前景無限，但如何把這些技術更好
地與影視創作融合，並使其不僅僅停留在技術層面，而是能夠真正提升內容質量
和觀眾體驗，仍然需要更多的實踐與探索。
2. 在展會期間，與來自各國的業界專業人士交流，給予了我們不少在市場拓展、內
容創作及製作流程方面的寶貴建議。在全球影視市場的競爭日益激烈，單一市場
已經不再足夠，跨國合作與聯合製作成為未來的趨勢。

二、出席韓國「亞洲內容與電影市場展」(ACFM)

（一）亞洲內容與電影市場展簡介

亞洲內容與電影市場展 (Asian Contents & Film Market, ACFM) 是與釜山國際影展 (BIFF) 同步舉辦的專業產業平台，主要針對亞洲內容市場發展與國際合製合作而設。亞洲內容與電影市場展涵蓋劇情片、影集、動畫、VR 與跨媒體內容，設有版權交易攤位、市場放映與業界論壇，吸引全球買家、製片人、發行商與串流平台



參與，推動內容跨國流通與合作。2025 年的亞洲內容與電影市場展於 9 月 20 日至 23 日在釜山的 BEXCO Exhibition & Convention Center(2 館)舉行。以聚焦亞洲、兼具國際視野的策略，已成為亞洲內容產業的重要交流樞紐，是亞洲地區買家與賣家進行授權交易、合製

洽談與項目開發的重要場域。其創投會議（Asian Project Market, APM）為亞洲最具代表性的企劃開發平台之一，成功促成多部知名國際合製電影。亞洲內容與電影市場展為亞洲地區乃至全球內容產業的重要市場平台，匯集影視製作、發行、IP 開發、數位內容科技等領域，2025 年為第 20 屆，共吸引超過 50 個國家地區的產業人士參與。它不僅是影片買賣現場，更承擔從劇本、製作、發行到跨媒體 IP 的全鏈條對接角色。

（二）2025 年「亞洲內容與電影市場展」展會特色

亞洲內容與電影市場展（Asian Contents & Film Market, ACFM）是亞洲影視產業最重要的交流平台之一。2025 年適逢其第 20 屆，與往年相比，推出多項與當前產業變革息息相關的重要活動，不僅擴大了規模和範疇，更在科技與內容的融合上邁出了關鍵一步。

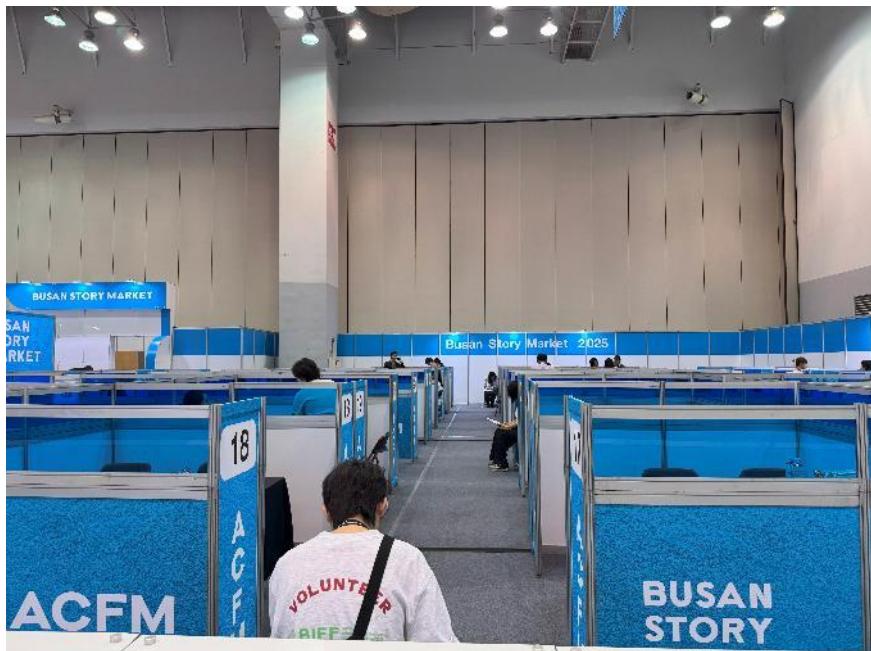
以下為 2025 年 ACFM 的六大特色，著重於影視內容、技術應用、合作拓展及市場轉型：

1. 科技與敘事的深度融合：

2025 年亞洲內容與電影市場展最受矚目的新設單元是 InnoAsia: Deep Convergence of Tech and Storytelling，它是一個專注於尖端科技與敘事內容融合的平台。這個單元不僅邀請了 Google Cloud、Amazon Web Services、OpenAI 等全球科技巨頭，還有 Dreamina AI、Pixverse 等亞洲創新公司和 AI 創意工作室參與。

InnoAsia 涵蓋展覽攤位、InnoStage & Lounge、系列會議、創業投資活動及進行中的作品展示，企圖建立一個全新的商業生態系統，在這個系統中，技術（尤其是 AI）與內容創作之間的界限被打破，共同引領下一代內容產業的新模式。這意味著亞洲內容與電影市場展不僅是一個內容交易市場，更朝向內容創新和未來趨勢整合。

2. IP 價值鏈的擴展與「釜山故事市場」的強化：



亞洲內容與電影市場展藉由釜山故事市場 (Busan Story Market, BSM)這一平台，持續強化智慧財產權 (IP) 的交易功能，特別是。 BSM 不僅是網路漫畫、網路小說和書籍等原創 IP 的

展示和交易平台，更致力於促進這些 IP 的跨媒體改編機會，例如改編成長片或電視劇。在這個系列活動中，舉行關於「亞洲 IP 推向國際市場」的專題討論，突顯 IP 從發源到影視化、再到全球發行的完整價值鏈。這對於追求多元內容來源和全球化開發的影視製作公司而言，是尋找潛力專案和合作夥伴的關鍵場域。

3. 製片人中心與國際協製的聚焦深化：



為進一步促進國際間的影視合作，亞洲內容與電影市場展的製片人中心（Producer Hub）在 2025 年加拿大為焦點國家。主要在加強亞洲市場與英語系市場之間的交流與合作基礎，為全球

製片人提供分享製作環境變革、市場趨勢洞察，以及共尋跨國協製夥伴的實體網路平台。製片人中心透過舉辦開幕活動、專題討論和人脈建立活動，積極推動國際合製（Co-Production）專案，特別是針對與亞洲國家有合作意向的國際項目。

4. 亞洲創投市場的多樣性：

亞洲創投市場（Asian Project Market, APM）作為亞洲內容與電影市場展的核心單元，繼續提供協製平台，展示新銳與成熟亞洲導演的劇情片開發中專案。2025 年的 APM 從創紀錄的 455 個報名中選出了來自 15 個國家的 30 個開發中專案，主在發掘



亞洲電影人才和專案。許多獲得亞洲電影基金（ACF）支持的專案在此展示，吸引全球投資者、發行商和製片人。APM 的高質量入選專案，是觀察亞洲電影未來趨勢和投資機會的最佳窗口。

5. 紀錄片廣場的設立與紀錄片產業的專業化



為滿足日益增長的紀錄片製作和交易需求，2025年亞洲內容與電影市場展首度增設了專門的交流平台紀錄片廣場（Doc Square）。這個單元專注於亞洲紀錄片創作者之間的合作和

知識交流，並設有國際紀錄片提案單元，如我國國家電影及視聽文化中心之台灣紀錄片海外推廣計畫「Taiwan Docs」與文策院合作在這個平台推出「臺灣紀錄片提案專場」。這項新措施，突顯了亞洲內容電影市場展對紀錄片的重視，並為亞洲紀錄片在國際市場上獲得更多曝光與資金支持開闢了新的管道。

6.市場規模與地理覆蓋的顯著擴大

2025 年的亞洲內容與電影市場展參與國家的規模和區域均有顯著提升。參展公司和機構的數量有所增加（從 2024 年的 275 家增至 289 家），來自 31 個國家和地區，並設有 16 個國家館。值得注意的是，中東和拉丁美洲等新興地區的加入，使得市場的國際化程度更高，為全球買家和內容製作者提供了更豐富、更多元的內容選擇和市場機會。

（三）台灣參展情形

本局自 2021 年起委由文策院於釜山市場展設立台灣館，協助國內影視業者前往參展，2025 年台灣參展情形說明如下：

1.展場規劃

在釜山影展期間舉辦的「亞洲內容與電影市場展」，台灣館位於第二入口處，台灣館展場編號為 F2，展位面積共 72 平方米，鄰近泰國。採用文策院對外一致性

的「Taiwan Pavilion」作為主視覺設計。展場設計採用開放式入口與洽談區結合的方式。開放區域用於展示臺灣影視產業的整體形象與亮點作品；同時設有商務洽談桌，提供版權方、買家、製作公司進行洽談。同時也設置大型 LED，全天候循環播放參展作品的預告片、前導片、以最直觀的方式，展現臺灣影視量能，吸引國際買家目光。台灣館設計主要以業者參展片為主，相較其他國家館宣傳各國之協拍機制或協助，缺乏國家整體形象，較為可惜。

今年臺灣館共有 63 家臺灣業者現場參與，計有 205 件作品亮相，展會現場展示最新的台灣電影作品，如「96 分鐘」、「我們意外的勇氣」、「那張照片裡的我們」、「左撇子女孩」、「大濛」、「我家的事」、「女孩」、「人生海海」、「失明」、「恨女的逆襲」、「深度安靜」、「回家」、「夢蛇」、「南方時光」等等。影視業者藉此國際盛會，積極參與各項提案單元與國際市場交流。同時今年也有多部電影入選釜山國際影展，其中「女孩」與「左撇子女孩」兩部更入圍主競賽，表現亮眼，充分展現臺灣影視的多元能量與國際視野。



2.活動規劃

在官方主辦針對創投及募資的「亞洲創投市場」(Asian Project Market)活動中，今年共有五部臺灣製作與跨國合製電影企劃案入選，其中包括《該死的阿修羅》導演樓一安的新片企劃《夢蛇》、金馬導演陳潔瑤的《聖女頭顱》、導演安邦的《下流老人》，以及兩部國際合製片《女兒》與《從明天起，做一個幸福的人》，作品橫跨不同類型，探索歷史、社會與性別議題，展現當代臺灣電影成熟的視角與製作能量。在 IP 轉譯單元「Busan Story Market」，由大會評審遴選六部臺灣作品，

含遊戲橘子數位科技股份有限公司《妖怪五星好評》(Monsters Only Café)、鏡文學股份有限公司《拼裝家庭》(My Unusual Family) 、凌宇有限公司《救生員派



遣中》(Lifesaver Deployed)、台灣角川股份有限公司《童探 Bodacious! : 極夜之畫》(Bodacious!: Archdemons)、采藝彩色紙品事業有限公司《樂園》

(The Paradise) 以及時報出版、鏡文學股份有限公司版權代理《獸醫五年生》(A Year of the Veterinary Interns) 等，於展期間進行商務媒合會議，展現臺灣原創內容的轉譯潛力；並推薦五位臺灣製片與導演參與「 Producer Hub 」，透過媒合會議、國際合製座談及產業交流，積極建立國際連結，拓展未來合作契機。

文策院今年也深化與市場展的合作，在展會新設立的紀錄片單元 Doc Square 中，攜手國家電影及視聽文化中心舉辦臺灣專場 (Taiwan Documentary WIP Showcase)，支持蘇意惠 (Celin Yi Hui Su) 導演/製片《達日尚》(Da Ra Song)、李焯嫻 (LEI Cheok Mei) 導演/黃惠貞製片 (Huang Hui-Chen) 《被生下來的孩子》(Life Beside Itself)、朱柏瑩 (CHU Po-Ying)、廖逸玲 (LIAO I-Ling) 導演《廢墟的獨白》(Monologue in the Ruins)、林宛漁 (Jessica Wan Yu LIN) 導演《重力》(Gravity, movement) 等四部臺灣紀錄片前往釜山，為紀錄片團隊打造與國際業界接軌、交流與銷售的平台。這些入選片代表了台灣在紀錄片領域的創作能量，並在亞洲內容與電影市場展上獲得關注，促進國際合作發行機會。

(四) 台灣之夜活動：



文策院於 9 月 21 日晚間 9 時於 The Westin Josun Busan 飯店 Grand Ballroom 舉辦「臺灣之夜」(Taiwan Night)，邀請台灣、韓國及國際影視人士共同出席。

活動以夜間酒會形式進行，邀集超過百位來自各國之影人、製片、平台代



表與投資方參與，現場氣氛熱絡。文策院董事長王時思、駐韓國台北代表部公使郭秋雯、釜山國際影展主席 Park Kwang-su、亞洲內容暨電影市場展總監 Ellen KIM、奧斯卡前主席楊燕子女士，以及入選影展與市場展的劇組和業者，包含代表臺灣角逐奧斯卡最佳國際影片的《左撇子女孩》導演鄒時擎等均盛裝出席，各國影視產業貴賓齊聚一堂，出席影人包括舒淇、張艾嘉、許光漢、張榕容、李康生、左撇子女孩團隊等，上百位來自全球的業者嘉賓熱鬧相會，一同為台灣電影的卓越成就喝采，並期待未來能有更多台灣作品在全球舞台上大放異彩。

整體而言，這次釜山市場展成功促成多場後續洽談與合作意向，並深化臺灣影視從業人員與國際製片網絡之連結，對拓展跨國合製、IP 輸出及國際宣傳均具實質助益。此活動不僅展現臺灣影視產業之專業與熱情，更鞏固台灣影視內容之國際品牌形象，為我國文化內容持續走向世界奠定穩固基礎，將台灣作品推向國際市場。



參加台灣之夜活動，呂副局長與釜山影展策展人、郭秋雯公使合照

（五）參與 Netflix 與釜山國際影展合作辦理 Creative Asia 論壇

今年 Netflix 與釜山國際影展（BIFF）合作舉辦第二屆「Creative Asia」論壇，在 BIFF 歷來 30 週年之際，規模和內容都大幅擴展，旨在成為亞洲新一代影視人才的「大師級課堂」和產業交流的頂級平台。

本屆論壇的核心內容圍繞「亞洲敘事、全球視野、產業創新與人才培育」四大主軸展開，邀請了多位重量級的國際與亞洲創作者，分享從創意發想到實際製作的經驗。



以下為 2025 年 Netflix Creative Asia 論壇的具體內容，

1. 大師對談：創意發想與全球敘事

是本屆論壇最引人注目的環節，邀請吉勒摩·戴托羅（Guillermo del Toro）與延尚昊（Yeon Sang-ho）兩位在奇幻類型片中擁有崇高地位的國際大師的對談，他們共同探討如何把個人想像力轉化為具有普世情感共鳴的影視作品。這場對談聚焦於「如何尋找靈感並賦予神話生物生命」。奧斯卡獲獎導演吉勒摩·戴托羅（作品有《法蘭肯斯坦》）與韓國著名導演延尚昊（作品有《屍速列車》、《地獄公使》、《啟示錄》）一同分享他們的創作過程。兩位導演均強調，電影中的怪獸和奇幻元素絕非僅是視覺奇觀，而是人類情感和社會焦慮的隱喻與象徵。戴托羅認為，生物應當反映人類的真理；延尚昊則透露，他如何讓殭屍或惡魔體現韓國社會的內在焦慮。這場對話為新銳影人示範了類型片如何承載深刻的文化評論和普世主題。戴托羅同時也分享了他隨身攜帶的個人創意筆記本，為與會者提供了他在靈感捕獲和記錄方式。

2. 格式轉換與敘事技巧

隨著串流媒體的興起，影集和長片的界限日益模糊。這場論壇邀請了陳正道（Leste Chen）（作品有《盛夏光年》、《重啟人生》）分享從電影領域轉入影集（series）創



作時，在敘事構造、製作流程、觀眾經驗與平台策略上的異同。論壇中他指出，電影與影集在節奏與敘事框架上有根本區別：電影需在一次完整放映中建

立世界觀、推動情節、完成弧線，因此節奏較為緊湊；而影集則可分集鋪展，角色發展更為細膩，觀眾停留與續看成為設計考量。導演需為每集考量“鉤子”（hook）與結尾張力，以吸引觀眾下一集動機。

在製作層面，他談到影集需面對「跨集／跨導演協作」的挑戰：如何在視覺風格、角色調性、敘事語調上維持一致，是影集長期運營必須面對的議題。他也分享，從電影轉作影集時，預算分配、拍攝排程、製作設計都須調整思維——影集可能不集中於單一高潮，而是綿延多集的張力與連續性。

對於導演而言，這趟轉變也意味著創作自由與平台要求之間的拉扯。他提醒創作者：即便在影集格式中也不能失去導演的風格與身份，而應警覺「平台制約」可能對內容造成的影響。總而言之，這場論壇提供了電影導演邁向影集時可預備的策略：在角色與劇集結構上提前規劃、明確每集功能、與製作團隊及平台保持溝通，從而避免在轉型中失焦。

3. 製作設計與文化的世界建構

影視作品的視覺呈現是吸引全球觀眾的關鍵。這個單元透過具體案例，拆解如何讓文化底蘊融入視覺設計。邀請宮森由衣（Yui Miyamori）分享其如何打破時代片製作的窠臼的創新之道。製作設計師宮森由衣（《末代武士站起來》）以其歷史電影的製作經驗為例，探討時代片製作設計的創新方法。她和與會者分享如何在視覺上重塑歷史，擺脫既有的刻板印象，以吸引現代觀眾。她與 Netflix 日本區創意總監的對談，揭示了如何透過製作設計既尊重日本時代劇的遺產，又能注入國際化的現代感。

4. 亞洲類型片與全球動畫的融合

亞洲內容在全球的成功，尤其體現在類型片和動畫領域。本環節探討亞洲文化元素如何在全球市場中實現「在地化與普世化」的平衡。由《K-Pop 驅魔獵人》（KPop Demon Hunters）幕後製作：姜美靜（Maggie Kang）分享她如何將韓國傳統文化、民間傳說與全球流行的 K-Pop 元素相結合，打造出具有全球影響力的動畫作品。她分享她在創作時，如何與頂級製作人和編舞家合作，創造出一部「深度韓國化但卻具有普世性共鳴」的作品。這為亞洲創作者提供了本土文化資產轉化為全球熱門商品的實用觀察。論壇中強調三大面向：文化融合、音樂／舞蹈與

技術協作、敘事主題與角色設計。

首先，在文化融合上，KPop Demon Hunters 把韓國傳統元素（如 dokkaebi 怪物、韓屋場景、傳統飾品）與現代 K-pop 偶像文化合併，使影像既有地方辨識度又具全球吸引力。姜美靜提到，雖然影片最初並非以 K-pop 為核心，但在開發過程中加入偶像團體元素後，不只是視覺亮點，更成為敘事張力來源：主角女團白天為偶像、夜晚為惡魔獵人，這種雙重身份設計讓觀眾在娛樂與隱喻間切換。其次，音樂與舞蹈的結合與動畫動作場景同步是製作中的重點挑戰：導演說明，他



們在早期即製作動畫與音軌對齊、動作設計師與音樂編曲團隊密切合作，務必讓舞蹈與

戰鬥動作在節拍與剪輯上完全吻合。最後，在敘事主題與角色設計方面，影片不僅是娛樂用途，也探討偶像身份、自我認同、粉絲文化／偶像文化與惡魔隱喻之間的張力，如主角 Rumi 必須面對家庭預期與成名壓力、敵方男團 Saja Boys 則以羨慕偶像為掩護的惡魔集團。Maggie Kang 認為，這種混合娛樂 + 深層隱喻，是讓作品能跨國、跨世代產生共鳴的關鍵。論壇最後也提到，從構想到完成大約歷經七年，投入大量動畫製作、美術設計、音樂編曲與全球發行規劃，是動畫長片的資源密集型範例。姜美靜的分享如何把「地域文化」與「全球流行文化」整合，以及在製作流程中如何整合音樂、動畫、視覺以及敘事，為想進入動畫／偶像主題內容創作者提供具體借鏡。

5. 產業標準與人才發展計畫



Creative Asia 論壇不僅是創意分享，也是 Netflix 宣佈其對亞太地區人才培育和產業標準提升承的平台。來自韓國、泰國和日本的製片人分享了各國在改善製作環境方面的實踐，包括

加強安全指南和「親密指導員」(Intimacy Coordinator) 在片場的重要性。有業界人士指出，Netflix 引入了心理健康專家和騷擾防治培訓，正在推動產業建立更健康、更安全的工作環境。同時 Netflix 宣佈擴大其「創意公平基金」(Fund for Creative Equity)下的多項人才發展舉措。除了原有的 VFX(視覺特效)、MPS(後期製作服務) 和音效課程外，本屆還新增了故事開發工作坊。

整體來說，2025 年 Creative Asia 論壇透過世界級創作者的經驗分享，為亞洲新興影人提供了一套涵蓋「從想像到執行、從藝術到產業標準」的完整學習體系，宣示了亞洲創造力在全球影視產業未來中的核心地位。

(六) 參與「InnoAsia：科技與敘事的深度融合」論壇

2025 年亞洲內容及電影市場展的「**InnoAsia: Deep Convergence of Tech and Storytelling**」單元，是本屆市場展核心的創新主題單元。主辦方直面 AI，定位為重塑內容創作和商業模式的中心驅動力。

論壇內容涵蓋 AI 在影視產業中「應用內容與趨勢」、「實踐方式與平台」，以及



最關鍵的「倫理、智慧財產權 (IP) 與法律」三個面向。

1 .AI 應用內容與趨勢 (Content and Trends in AI Application)

在這個論壇中，明確揭示生成式人工智慧 (Generative AI, Gen AI) 已成為內容產業的關鍵趨勢。AI 作為全新的敘事工具，擴展內容創

作的邊界，已可以參與電影的前期概念設計、劇本初稿生成、視覺預覽 (Pre-visualization)，甚至是數位演員和場景的創造。趨勢顯示，AI 不再只是輔助工具，它正在成為共同創作者，讓故事構建和影像化過程更加高效和即時。同時，AI 在後期製作、本地化 (如自動翻譯和配音)、特效生成以及工作流程自動化上的應用，這不僅能大幅減少製作時間和成本，也使獨立製片人能夠利用科技達到以往只有大製片廠才能實現的視覺效果。亞洲已發展其獨特 AI 模型，如中國的 Dreamina AI、Pixverse 等，也與全球巨頭 (如 Google Cloud、Amazon Web Services) 的對話。這顯示亞洲市場正從單純的 AI 使用者轉變為 AI 技術的輸出者，這些亞洲模型可能更擅長處理本土的語言、文化元素和影視風格，預示著內容產業的「去中心化」與「本土化」趨勢。

2 .AI 操作方式與平台 (Implementation Methods and Platforms)

在這個論壇不僅展示趨勢，更提供了創作者操作的平台與方法論，推動 AI 在產業中的落地。透過大型科技公司如 Google Cloud 和 Amazon Web Services 的參與，突顯了「雲端」是 AI 影視生產的基石。強調高效能運算能力、大規模數據儲存和協作平台對於運行複雜 AI 模型的重要性。這說明 AI 影視製作的實踐方式，是雲端運算與創意工具的緊密結合。同時也提供具體的 AI 應用工具和專案示範，把抽象的技術概念轉化為實際的應用案例。使影視界人士能夠具體了解不同的 AI

工具如何融入他們的製作流程。

3. 倫理、IP 與法律議題 (Ethics, IP, and Legal Challenges)

面對 AI 對內容產業帶來的顛覆性變革，倫理與法律的討論是在至關重要的位置。

AI 最大的挑戰之一是智慧財產權 (IP) 歸屬和價值分配。當 AI 模型使用大量現有內容進行訓練時，如何確定 AI 生成內容的著作權歸屬？隨著不斷演變的 IP 價值鏈，原始數據提供者、模型開發者和提示工程師之間的權利分配，是產業必須面對的法律難題。同時，當 AI 能迅速生成腳本、分鏡圖或低階特效時，大量自由職業者（如概念藝術家、初級編劇）的工作機會將面臨衝擊，建立機制確保人類創作者價值是有其必要性。因此，AI 帶來的快速變化，麻省理工學院 (MIT) 教授 Pat Pataranutaporn 也呼籲政府機關與行業的領頭羊應建立國際化的 AI 內容產業規範。

2025 年亞洲內容電影市場展的 InnoAsia 單元，是一個把 AI 在影視產業的運用視為一場全面產業轉型的論壇，不僅是技術的演變，更對商業模式、法律框架和倫理責任進行深度討論的國際論壇。討論的共識之一是：「AI 不是替代，而是夥伴」。



與會者普遍認為，敘事才是一切創作的核心，AI 雖不能「代表敘事」，卻是極佳的夥伴：它可在前期開發到後期視效的各環節縮短約 50% – 70% 的時間（依專案而異），協助風格探索、鏡頭運動模擬、角色/場景快速迭代，讓導演把時間與精力留在主題鋪陳、角色弧線與哲學層次的「說什麼與怎麼說」。這種「AI 助能 (enable)」的定位，也減少了實拍在地域、族群、時間、金錢等現實條件上的風險，提供一條兼顧成本與創造力的替代路徑。



技術面，論壇與周邊活動密集提到跨模態生成（文字→影像/聲音）、動作/鏡頭生成與補幀、虛擬人/數位分身與真實拍攝的融合等。論壇中屢次被提及：AI 沒有情感，卻能激發我們的情感——當模型更懂「語境與心境」，它就越能成為陪伴創作、陪伴觀眾的媒介。

從議題延展到社會與哲學層面，與會者強調：AI 不僅是觀看的工具，更是「可以互動、陪伴」的裝置，逐步成為人身體驗的一部分、陪伴人的成長。

因此，創作評價不只看技術炫技，也要回到社會性分析。AI 讓宏大敘事與小而美的個人表達並存：工業級長片可以「降本增效」，新銳創作者也能用較少資源完成高完成度影片。

簡言之，面對 AI 不是對抗，卻是夥伴。AI 的定位，是提升效能、擴張想像、降低風險與成本，把創作者推向更長、更深的敘事；同時，守護文化敘事，仍需人來把關，由人來定義何為「真實」、「美」、「正義」，AI 只是協助工具把它「說出來、拍出來與陪伴」。

（七）參訪心得

當前影視產業正處於劇烈轉型期，2025 年釜山「亞洲內容電影市場展」（ACFM）展現了亞洲影視創作的多元能量與國際合作的深度潛力。以下為四點參與心得：

1. 科技與敘事融合，AI 成為創作夥伴

亞洲內容電影市場展的 InnoAsia 單元強調科技與內容的深度融合，特別是生成式人工智慧（Generative AI）在影視創作中的應用。AI 不再只是輔助工具，而是能參與劇本初稿、視覺預覽、數位演員創造等環節的「共同創作者」。這種技術助能不僅提升製作效率，也讓獨立創作者有機會達成高品質視覺效果。論壇也探討 AI 的倫理與智慧財產權議題，強調人類創作者的價值與角色不可被取

代。AI 的定位是「夥伴」，協助創作者專注於敘事深度與主題鋪陳，為影視產業開啟新的創作模式。

2. IP 價值鏈擴展，跨媒體改編成趨勢

IP 交易與轉譯具強大潛力，從網路漫畫、小說到影視改編，形成完整的內容價值鏈。台灣多部原創 IP 如《妖怪五星好評》、《拼裝家庭》等作品在此亮相，並進行商務媒合，顯示台灣內容具備跨媒體開發的潛力。這不僅有助於提升 IP 的國際能見度，也為台灣影視業者開拓更多合作機會與市場通路。

3. 台灣館展現多元創作力，國際交流成果豐碩

今年台灣館共展出 205 件作品，涵蓋劇情片、紀錄片與跨國合製企劃，展現台灣影視的創作能量與國際視野。與大會合作的多項活動也成功促成多場交流與合作，顯示台灣影視量能與多元性，深化與國際影人、平台代表的連結，鞏固台灣影視品牌形象。

4. 協拍已成全球影視發展主流趨勢

在亞洲內容電影市場展展會中可明顯感受到，跨國合製已不再是少數製片人的選項，而是全球影視產業的主流策略。尤其在製片人中心（Producer Hub）中，許多國家積極尋求與亞洲市場的合作機會。2025 年以加拿大為焦點國家，顯示英語系市場與亞洲內容的融合潛力。透過合製、協拍，不僅能分擔製作成本，也能拓展作品的文化深度與市場版圖，提升內容的國際競爭力。

總結而言，ACFM 不僅是內容交易平台，更是觀察亞洲影視產業創新、合作與技術融合的重要窗口。台灣的積極參與與亮眼表現，為未來深化國際合作、推動內容輸出奠定堅實基礎。

肆、建議事項

一、加強跨國合作與聯合製作：

面對日益激烈的國際競爭，與國際影視業者進行深度合作，尤其是韓國、日本等亞洲影視強國，將是未來拓展市場和提高影視作品影響力的重要途徑。參展者應積極尋求與其他國家業者的聯合製作與內容交換機會。

二、重視 AI 技術與數據分析的應用：

AI 技術是未來影視行業轉型的關鍵之一。在製作流程、內容創作及觀眾分析方面，AI 有著無限的應用潛力。業界應該重視對 AI 技術及人才培育的投入，並探索如何更好地與內容創作和市場運營相結合。

三、台灣館作為國家館，可更展現國家整體影視或文化形象：

台灣影視作品在國際影展表現亮眼，顯示創作力與敘事能力具備國際水準。在協拍制度與資源整合方面，相較其他國家，也有一定吸引力，可多加宣傳，有助於吸引外國製片人來台合作。協拍不只是資金合作，更具文化交流的價值；不僅在於資金與技術的整合，更在於文化的交流與影響力。

