

公務出國報告  
(出國類別：考察)

## 出席二〇〇三年新加坡亞洲媒體節報告

服務機關：行政院新聞局

出國人職稱：科長、一等新聞秘書

姓名：紀效正、張萬成

出國地區：新加坡

出國日期：九十二年十二月二日至五日

報告日期：九十三年三月五日

A0 / 109301289

系統識別號:C09301289

公 務 出 國 報 告 提 要

頁數: 16 含附件: 否

報告名稱:

出席二〇〇三年新加坡亞洲媒體節報告

主辦機關:

行政院新聞局

聯絡人/電話:

/

出國人員:

紀效正 行政院新聞局 廣播電視事業處 科長  
張萬成 行政院新聞局 廣播電視事業處 一等新聞秘書

出國類別: 考察

出國地區: 新加坡

出國期間: 民國 92 年 12 月 02 日 - 民國 92 年 12 月 05 日

報告日期: 民國 93 年 03 月 05 日

分類號/目: A0/綜合(行政類) A0/綜合(行政類)

關鍵詞: 新加坡亞洲媒體節

內容摘要: 新加坡亞洲媒體節 (Asia Media Festival, AMF) 係由新加坡媒體發展局 (Media Development Authority, MDA) 主辦, 「電視亞洲」 (Television Asia) 雜誌出版集團贊助, 「瑞德市場展公司」 (Reed Exhibition Pte Ltd) (該公司為策展公司, 曾協辦策展法國坎城電視展) 策畫執行, 媒體節舉辦的主要場地是在新加坡南端的高級渡假勝地聖陶沙島 (Sentosa) 的香格里拉飯店, 除有食宿提供外, 並有來往於聖陶沙島與新加坡市之間的交通車負責提供島內外的交通聯絡, 並在媒體節期間結合第八屆「亞洲電視獎」 (Asian Television Awards) 頒獎活動。

本文電子檔已上傳至出國報告資訊網

## 報告提要

二〇〇三年新加坡亞洲媒體節於九十二年十二月二日至五日於新加坡舉行，行政院新聞局廣播電視事業處科長紀效正偕同秘書張萬成奉派前往參加。

此次亞洲媒體節主要活動有三：一為亞洲電視論壇（Asia Television Forum，ATF），二為亞洲電影市場交易與研討會（Asia Film Market and Conference，AFMC），三為亞洲動畫展（Asia Animation，ANN）三部分。



# 出席二〇〇三年新加坡亞洲媒體節報告

## 目錄

壹、前言.....	
貳、本屆新加坡亞洲媒體節簡介.....	
參、新加坡媒體產業之政策目標與推動手段.....	
肆、亞洲媒體節活動概況.....	
伍、結論與建議.....	
附件一：二〇〇三年新加坡亞洲媒體節節目表.....	
附件二：新加坡亞洲媒體節參加人員手冊.....	



## 出席二〇〇三年新加坡亞洲媒體節報告

### 壹、前言

九十二（二〇〇三）年新加坡媒體節於新加坡聖陶沙舉行，本局廣播電視事業處紀科長效正與張秘書萬成奉派就電視節目展、數位匯流、動畫研討會等方面蒐集相關資料。

### 貳、本屆新加坡亞洲媒體節簡介

新加坡亞洲媒體節（Asia Media Festival, AMF）係由新加坡媒體發展局（Media Development Authority, MDA）主辦，「電視亞洲」（Television Asia）雜誌出版集團贊助，「瑞德市場展公司」（Reed Exhibition Pte Ltd）（該公司為策展公司，曾協辦策展法國坎城電視展）策畫執行，媒體節舉辦的主要場地是在新加坡南端的高級渡假勝地聖陶沙島（Sentosa）的香格里拉飯店，除有食宿提供外，並有來往於聖陶沙島與新加坡市之間的交通車負責提供島內外的交通聯絡，並在媒體節期間結合第八屆「亞洲電視獎」（Asian Television Awards）頒獎活動。

### 參、新加坡媒體產業之政策目標與推動手段

由此次媒體節與會新加坡政府官員如新加坡教育部長兼代人力資源部部長黃永宏與新加坡媒體發展局局長林福全致

詞與談話重點中，可將新加坡政府媒體產業扶持之政策與推動的手段，簡要臚陳於後：

一、新加坡政府正啟動媒體二十一（Media 21）計畫，希望在公元二〇一二年使新加坡成為具有活力的環球媒體城市。媒體產業的產值由現在佔 GDP 的百分之一、五增加到百分之三；媒體產業雇用的員工數由現行的三萬八千人增加到五萬人。達成此一願景的策略為：

A 發展新加坡成為媒體交易的網絡中心。

B 發展內容產業，尤其是新加坡製的數位媒體內容。

C 吸引和培訓媒體人才。

D 促進本土媒體企業國際化並輸出媒體產品。

新加坡政府將在未來五年內投入新加坡幣一億元來實踐此一發展策略，其中七千五百萬將投入於內容產業的創作。

二、過去五個月所達成的成效，經由媒體發展局的輔導，新加坡本地的製作公司 Mega Media 與國際知名的 MTV 頻道首度斥資新加坡幣兩百萬元合製十四集的动作連續劇，除於 MTV 頻道進行首播外，並進行新

加坡製電視劇的首度全球發行，其中製作經費的四分之三係在新加坡執行，帶動整體經濟的發展，部分演員暨工作人員也在新加坡就近遴選。除了 MTV 之外，新加坡政府媒體發展局也和 Discovery 頻道合作舉行紀實片導演甄選活動，獲選的導演將可獲得資金就所提之企畫案製作高品質、原創性之紀實片於 Discovery 頻道播出。

數位媒體也是新加坡具高度發展潛力的領域，因為過去資訊與電信產業為數位媒體的發展奠定了基礎，希望建立新加坡為數位電影交易的中心。透過數位內容製作、處理、行銷的發展，將可創造出五千個就業機會。

發展動畫產業，由政府贊助的首部由新加坡本土的動畫電影將宣布開拍，多部 3D 和二 D 動畫電視節目即將開始製作。

### 三、經由合作拍片將內容產業推向國際

由於新加坡本身市場過小，所以在發展內容產業的同時，要把目標同時側重在國際市場上，經由國際間的合作拍片，除了可提升本土內容產業的水準、打入國

際市場、並可使本土影視人才、資源、技術、資金與國際製作公司接軌。

自一九八八年新加坡已經和日本和加拿大簽訂兩個合作拍片的合約，最近新加坡正準備與紐西蘭簽訂合作拍片的合約。

#### 四、人才培育計畫的推動

媒體產業發展關鍵在於人才，新加坡歡迎全球的產業人才，政府將大舉投資和培訓發展媒體產業所需的人才。在政府主導下的媒體教育計畫，七月間，出資五十萬元新加坡幣，甄選十三名新加坡人，前往美國、英國、澳洲、和新加坡本土知名的機構去學習電影、電視製作、劇本創作和動畫製作等課程，同時啟動的能力發展，協助媒體產業的專業人員參加短期課程以學習專門技術與國際經驗，兩週前，媒體發展局和亞洲衛星暨有線電視協會（Cable and Satellite Broadcasting Association of Asia, CASBAA）一起在新加坡成立成立了媒體學院。

新加坡政府又宣布了兩項人才計畫，其一為電影扶持計畫（Film Incubator Programme），提供資金給首度



拍片的導演、製作人和劇本創作者，以一年內完成五部低成本的數位電影為目標。其二為劇本發展計畫（Script Development Grant），提供資金予十六名申請，以一年為期撰寫電影劇本，以提升新加坡劇本創作業之品質。

#### 五、發展新加坡成為亞洲媒體中心

不同的國際媒體已經選擇新加坡為其亞太地區之總部（如 HBO、Discovery），六月 Promax&BDA 決定在新加坡設立亞太地區總部，十月 MGM 公司也擇定新加坡為其在亞洲地區傳輸數位電視訊號的總部，同時經由新加坡經濟發展局的努力，一家以澳洲為基地的電影電視製作公司 Southern Star 集團也決定在新加坡成立動畫攝影棚，這都是新加坡政府近年來努力的成果。

#### 肆、亞洲媒體節活動概況

本屆媒體節主要活動有三：一為亞洲電視論壇（Asia Television Forum，ATF），二為亞洲電影市場交易與研討會（Asia Film Market and Conference，AFMC），三為亞洲動畫展（Asia Animation，ANN）。

本次媒體節活動，係由國際策展公司 Reed 策劃，該公司為知名之策展公司，曾協辦策展法國坎城電視展。故無論會場和展場規劃、活動路線設計、文宣與出版品設計、媒體聯絡的品質等都堪稱國際一流水準。

各項市場相關的會議場次中，不斷強調亞洲主體性，鼓吹亞洲各國的媒體與節目合作，共同西進往中國市場、歐洲或東進擴展美洲市場、創造亞洲好萊塢等主題。而就參與的代表分析之，也相當多元化。從無線、有線及衛星電視頻道國際部門與節目採購部門代表、獨立製作人、動畫公司、大小型電影與電視節目發行商、政府媒體相關官員、廣告商，乃至學界人士與新興媒體如數位電視、行動接收與網路內容商等，使得整個會議所討論的面向相當的廣泛，茲就三會議主題重點分述於下：

### 一、亞洲電視論壇

此次亞洲電視論壇計規劃為電視論壇與政策論壇兩部分，電視論壇中針對本土節目發展趨勢、國際節目發展趨勢、節目型態等面向發展面向進行討論；政策論壇部分則是針對數位匯流後媒體的輔導與管理方式進行討論。

#### (一) 電視論壇

對於參與使次電視節的產業界買家與賣家而言，最實用的資訊，莫過於是與由參與電視論壇（TV Forum）「節目趨勢」單元中（Local Programming Trend）由亞洲各國與談者，預測二〇〇四年在當地將會受到歡迎的節目類型，各國與會的與談人認為未來最受歡迎的節目類型為：

### 1 戲劇

「通俗戲劇」仍然是最受亞洲觀眾喜愛的戲劇形式。以二〇〇三年為例，台灣的「流星花園 II」（Meteor Garden II），橫掃馬來西亞、印尼、菲律賓與韓國連續劇市場，而新加坡的觀眾則對當地製作的「情境喜劇」（Situational Comedy）情有獨鍾，如在二〇〇三亞洲電視獎（Asian Television Awards, 2003）中，由新加坡媒體集團（MediaCorp TV, Ch 5）第五頻道所製作的「父母難為」（Phua Chu Kang - The Parent Trap），它第八度蟬聯亞洲最佳喜劇的寶座。而另一齣在電視獎中備受矚目的戲劇節目，則是我國公共電視台所製作的文學戲劇「孽子」（Crystal Boys），其獨特的美學形式與演員傑出的表現，共獲得五項提名，而我國演員庹宗華，也順利拿下最佳戲劇類男主角的亞洲影帝頭銜。

## 2 大製作的紀錄片：

紀錄片的節目形式，以往並不受商業頻道的歡迎，但是隨著觀眾的需求與跨國製作的經濟規模越來越大，情況逐漸改觀。如 BBC 與 NHK 製作的大型生態與科學紀錄片，在亞洲市場炙手可熱，另 Discovery Networks Asia 亦與該國媒體發展局合作，鼓勵該國製作人、影視導演與個人團體積極投入紀錄片之題材之企畫與拍攝，而此種透過政府單位與頻道業者合作，以頻道業者之節目形態為主軸，可助該國業者之提升拍攝技術與題材內容之國際化，而此方式亦可運用國內，尤其是本局所攝製之國際宣導影片，亦可採用此方式。而自亞洲爆發 SARS 危機以來，各國有關公共衛生與醫療的議論更受重視，而所製作的相關紀錄片應可獲得更好的收視情況，以健康資訊為題材或醫療科學之紀錄片，在未來幾年仍是觀眾最需要之節目。

## 3 二〇〇四年奧運所帶來體育節目的風潮

對於運動節目而言，二〇〇四年將於希臘雅典舉行之奧運無疑是一大盛事，相關的運動節目與奧運賽事的轉播，預估將為亞洲各國的頻道帶來可觀的利潤，但相對的，頻道必須付

出巨額的轉播權利金，但其精彩競賽是吸引觀眾的最大利因，在頻道業者預估可觀的廣告收益之下，仍是業者逐利之目標，在台灣之無線與有線頻高度競爭之環境之下，無線電視台雖處於虧損狀態，但是若能取得此競賽之轉播權，或許能從長期之低迷狀態之下略微扳回一成。

## （二）政策論壇

由於這十年來，數位化科技傳輸之一日千里使得全球媒體市場與資詢服務經歷了許多的變革，許多業者投入大量資金於網路與平台之基礎建設，為新傳輸方式建構了一個新的遠景，並且認為新的產業合併，將會讓使用者更容易獲得資訊與娛樂，而許多的公司也紛紛地加入新的合併行列，但是情況的發展與民眾的期望仍有相當的差距。

網路公司的泡沫化發展經驗，再次印證傳播科技從發展到廣為消費者接受與使用，是不可能在短時間發生，除了科技本身因素並不能改變消費者之態度，因為欠缺全面性之整合將無法提升消費者之認同與支持。

世界各國都面臨著制定相關管制法規條文的困擾，因為無法明確地了解新的技術的發展極限，加上經濟與社會因素也是影響的重要因素之一，使得法規條文也反映出其差異性。部

分與談人認為應面對科技匯流後制定新的法規，但是也有部分與談人則認為科技匯流時代來臨前，應先由原有的媒體相關管理機關依現有制度，再隨數位匯流的期程，逐步調整機關與管理法規逐漸建構出新的管理架構。但是目前大多數的國定仍採取觀望之方式，並持續觀察新的發展方向，多數依照原有的法規處理各項所面之問題與議題。

伴隨傳播科技與數位匯流的腳步，媒體管理的課題勢將逐漸往產業經濟面向，尤其是媒體產業和其周邊產業進行垂直、水平整合後衍生出濫用市場優勢地位之問題，媒體的管理工作較過去而言，更加不易，不論如何，最重要的課題應該還是在於清楚瞭解管制目的、面對的問題和研擬出有效的管理手段。

與會者均認為，廣播電視產業與資訊產業將大量資金挹注在開發新的技術，將會持續地創造並滿足消費者新的需求，以英特爾（INTEL）公司為例，其投入大筆的資金於研究發展領域，預計將加速廣播資訊之匯流腳步，大多數預測於二〇〇五年，全球將會有七億人使用行動電話，超過八億人使用無線區域網路，而此種新的技術的發展需求，將是法規制訂者、媒體產業業者及政策執行者彼此需共同交換經驗，才可

創造出新的管理方向。

## 二、亞洲電影市場交易與研討會

亞洲電影市場交易與研討會，計分兩部分，其一為亞洲電影市場交易，一為亞洲電影研討會。

### （一）亞洲電影市場交易

除由科達公司贊助亞洲地區九部電影的映演（我國係映演中影公司之「停車暫借問」）讓有興趣之買家觀賞並進行著作權之交易外，並由八十八家擁有影視著作權之廠商，於聖陶沙香格里拉飯店七樓至九樓設展示房間，供有興趣之買家進行試看與進行著作權買賣之洽談。

### （二）亞洲電影研討會

亞洲電影研討會係針對亞洲電影的行銷與產製進行多方面的研討，討論重點從如何集資、如何發掘好題材、到未來因應數位化的發展進行廣泛的討論，與會人員均將重點環繞於如何與美國的好萊塢電影工業相競爭，但是面對亞洲電影產業就規模、技術、資金之募集均與美國距離甚遠，故短時間尚須從基礎工作——將好題材進行有效的電影拍攝執行開始。

## 三、亞洲動畫研討會

### （一）動畫提案甄選會

亞洲動畫研討會中配合動畫提案甄選會。

在頻道與獨立製片界互動增加、跨國合作日趨流行的背景下，全球影視界現今相當流行一種新型的腦力激盪聚會——「創意提案甄選會」（Pitching Forum）。最早發源自美國紐約獨立製片協會（IFP）邀集一些重要的片商，頻道業者等金主，並為參與者設立一些門檻，進行簡短的提案報告，再由現場的金主就實際執行的問題，進行詢答。

此次動畫片提案甄選會，競爭極為激烈，由八十幾位歷經初選脫穎而出的六位入圍者，角逐三位優勝名額。計有十一位評審進行甄選，評審陣容堅強，包含了日本東映動畫 TOEI、亞洲 Disney、AXN、Nickelodeon、新加坡媒體發展局人員與我國公共電視從業人員等。入圍者以新加坡的動畫公司佔大宗，六位中就佔了三位，台灣並無公司入圍。可能是語言之因素，使得本國業者缺席，因為提案會議是以英語為溝通語言，即使本國有很好的節目或動畫構想，若無法以英文版本提案，還是很難打入國際市場的門檻。

甄選結果，奪冠的是來自新加坡獨立動畫公司所提「Girl & the Mighty Cats」的動畫系列，目標觀眾是學齡前的兒童，內



容是敘述一個可愛又想像力豐富的小女孩，總在自家後院玩耍，愛幻想的她，總是把後院想像成戰場、把自己幻想成超級神奇女戰士，罐頭組合成為堡壘、把家貓幻想成青面獠牙的大怪虎，每次當她戴起媽媽的太陽眼鏡後，她就進入到一個奇幻的冒險之旅。在她的幻想世界中，大人都成了恐龍級的角色，鄰居小孩則成為敵人和戰友。此提案的公司還秀了小女孩的造型，受到當場 Disney 與 Nickelodeon 等頻道代表的喜愛，評審們皆認為這是一個有趣的故事，可以啟發小朋友的想像力，懂得如何運用身邊資源。

## （二）動畫研討會

此次大會特別邀請日本東京基金會（The Tokyo Foundation）就日本動畫在世界各國廣受歡迎，提供業者其發展之經驗。日本動畫肇始於一九六三年，至今每星期約有五十幾個新的節目在電視頻道中播出，而日本之動畫之如此之蓬勃發展，完全歸功於一九五九年開始漫畫文化（Manga）之盛行，其中有最著名二個漫畫雜誌—Shoene Magazine 周刊與 Shnen Soday 周刊，而此種影響持續了四十多年，至今漫畫市場在日本出版界仍是非常地競爭，市面上所銷售之漫畫雜誌每期約含二十單元系列，而每個單元受市場之喜愛程度，將是決

定其是否有繼續發行之主要因素。

在經過了在漫畫雜畫市場之激烈競爭之後，一些較受歡迎之單元，將是入選動畫影片或電影之最好題材，而此方式也對於製作動畫所需之投入的大量資金與人力回收提供了一大保證，現在日本約有七十種動畫題材在電視頻道中播出，其中有百分之六十是來自於漫畫創作，可見其兩者依存關係之密切。

#### **伍、結論與建議**

本次媒體節活動自十二月三日至五日共計三天時間，可供我借鏡參考之處有：

- 一、新加坡政府發展媒體產業旺盛的企圖心：新加坡因受地理幅原狹小的天然限制，又受歷史上原為英國殖民地的背景因素，媒體內容產業並不發達，過去媒體主要內容均仰賴其他國家供應；但新加坡由於地理和歷史因素長久以來就是東方與西方的橋樑，穩定的政經情勢和明確的法令制度、廉能的政府，使新加坡成為亞洲地區衛星電視媒體區域的中心，跨國衛星頻道亞太地區的總部都設在此，新加坡政府正利用此項優勢，以合製等方式提振本國的媒體內容產業。

二、一流的電視節策展規劃：本次媒體節活動，係由國際策展公司 Reed 策劃，該公司為知名之策展公司，曾協辦策展法國坎城電視展。故無論會場和展場規劃、活動路線設計、文宣與出版品設計、媒體聯絡的品質等都堪稱國際一流水準，無懈可擊。

三、亞洲參與國家設攤情形並不理想：八十八個展示房間中，展售的節目主要型態是紀錄片、電影以及卡通等，其中又以美國、加拿大、法國、英國參展的廠商居多，反而屬於亞洲的日本、印度、馬來西亞、新加坡等都是個位數，我國只有一家代理日本卡通的齊威國際多媒體有限公司參展，大陸、南韓主要媒體內容產業的大國均未有廠商設攤，形成產品類別太少，無法符合亞太地區之實際需要，實為亞洲媒體節活動之一大缺憾。

四、市場展場地規劃雖具創新但過於狹小：市場展場設於香格里拉旅館房間內，將原始擺床的空間搬除再行加以布置，雖具創意亦便利下榻旅館之買方進行參觀與著作權洽談，但場租的費用較高（我國參展之齊威公司告稱，四天場租約新台幣五十萬元），費用與國內相關展覽相比，如資訊展、書展等，實屬偏高。將旅館房間布置為

展房，優點是可提供安靜場所進行交易，惟其地方較狹小，買主較多時則顯嘈雜，如能於於旅館內再行開闢交易廳或小會議室，將可更臻完善。

五、經由與相關活動結合凝聚人氣：此次亞洲媒體節舉辦期間搭配第八屆「亞太電視獎」頒獎典禮，互相輝映，除可使相關產業人士能齊聚一堂外，並可展示新加坡影視產業發展現況，相互拉抬，有群聚相乘之效應，我將來舉辦電視節活動時可行參考。

六、研討會主題過於鬆散：此次無論是電視論壇、電影、動畫研討會等較屬靜態的活動，主題與與談人之安排均較為鬆散，常有流於漫談的情況，實可結合學術界力量，將產業發展重要課題釐清，聚焦進行討論，方可免於流於漫談之情況。

綜合而言，本次參與新加坡亞洲媒體節收穫甚豐，除瞭解亞洲地區影視產業發展趨勢與現況外，對媒體節之策劃與執行，皆有親身參與觀察與體會，對本年我國舉辦台北電視節將有所幫助。