

出國報告（出國類別：考察）

2013 新加坡亞洲電視節考察報告

2013 Asia TV Forum & Market

服務機關：文化部影視及流行音樂產業局

姓名職稱：林雅智科長

派赴國家：新加坡

出國期間：102 年 12 月 3 日至 102 年 12 月 7 日

報告日期：103 年 1 月 25 日

摘要

2013 新加坡亞洲電視節 (Asia TV Forum) 暨新加坡電影節 (ScreenSingapore)，2013 年 12 月 4 日至 6 日於新加坡金沙酒店會展中心(Sands Expo and Convention Centre, Marina Bay Sands) 舉行，結合電視及電影二產業作為會展之主題，為期三天之市場展，尚包括多場次各主題之研討會，並結合電影「風暴」全球首映會及中法合製電影「夜鶯」亞洲首映會。另依據 ATF & ScreenSingapore 官方統計資料，2013 年 ATF & ScreenSingapore 共吸引逾 4385 人與會參加，共有來自 60 個國家、1179 公司參展，參與之買家來自 36 個國家共 584 人、賣家則來自 38 個國家共 595 人，交易量並達 220.33 百萬美元，是亞洲地區重要影視交易展之一。此次考察重點包括交易展之策展模式、展場規劃、研討會及相關影視活動之結合等，並提出參展心得及建議事項，以作為我國每年度台北電視節之辦理參考。

目 次

壹、參訪緣由及目的-----	P4
貳、2013 新加坡亞洲電視節規劃及參訪重點-----	P4
一、2013 新加坡亞洲電視節辦理規劃-----	P4
二、重要展館介紹-----	P7
參、參訪心得-----	P8
肆、建議事項-----	P9
伍、附錄-----	P11

壹、參訪緣由及目的

本局職司電視業海外行銷業務，每年皆訂定「電視業海外行銷補助要點」協助電視業者將我國影視產品行銷海外，以擴增我國影視產品於國際市場之能見度與影響力。新加坡亞洲電視節為一國際性之影視市場展，且由國際策展公司勵展集團（REED Exhibitions）策劃辦理，參展除可瞭解各國影視產品的樣態與行銷推廣模式，亦可觀摩勵展集團策展形式與會展辦理細節，以作為本部影視局辦理台北電視節之借鏡參考。

貳、2013 新加坡亞洲電視節規劃及參訪重點

一、2013 新加坡亞洲電視節（ATF & ScreenSingapore）辦理規劃

（一）招待 VIP 參展業者之住宿酒店：新加坡金沙酒店

市場展及研討會辦理場地：新加坡金沙酒店會展中心

市場展（Market）	新加坡金沙酒店會展中心 1 樓 Hall B & C
研討會及活動(Conferences & Events)	新加坡金沙酒店會展中心 3 樓 Cassia Ballroom

新加坡金沙酒店於 2010 年完工，位於捷運 Bayfront 上方，擁有地利之便，捷運站與酒店之購物中心相互串連設計，且酒店規劃除住宿之飯店外，尚包括展覽中心、購物中心及賭場，為一結合會展、旅遊之多功能場館，新加坡亞洲電視節於 2011 年即由新達城（Suntec）移師於金沙酒店展覽中心舉辦（如附錄 3 照片之圖 1、圖 2、圖 3）。

2013 新加坡亞洲電視節將各國之參展展位規劃於金沙酒店對面之展覽中心舉行，另該電視節中所安排的各項論壇及研討會則於購物中心上方三樓的展館空間辦理，使參展館位與研討會空間分開不受干擾，另大會所邀請之各國 VIP 則招待入住於金沙酒店，不但提高各國 VIP 來新加坡參展之意願，另使 VIP 之住宿、參展及參展期間之生活所需皆能於金沙酒店完成，大幅提高各國 VIP 來參展之便利性。

另 ATF 還針對參展新加坡亞洲電視節之 VIP 設立專屬之 Check-in 及 Check-out 櫃檯，使參展之 VIP 能感受策展單位對於 VIP 的重視與禮遇（如附錄 3 照片之圖 4）。

(二) 活動行程

2012/12/4 (三)	2012/12/5 (四)	2012/12/6 (五)
10:00~10:50 開幕儀式 Opening Ceremony 地點:3樓 Cassia Ballroom	10:00~18:00 1、市場展、各國家館活動(1樓會展中心) 2、各場研討會(3樓 Cassia Ballroom)	10:00~18:00 1、市場展、各國家館活動(1樓會展中心) 2、各場研討會(3樓 Cassia Ballroom)
10:50~18:00 1、市場展、各國家館活動(1樓會展中心) 2、各場研討會(3樓 Cassia Ballroom)		
19:00 「風暴」電影全球首映會 地點:聖淘沙劇院	19:00 「夜鶯」亞洲首映會 地點:金沙 Master Card Theatres	
21:00 Opening Party 開幕酒會 地點:金沙酒店 57 樓 Sky Park		

1、開幕儀式 Opening Ceremony

2013 新加坡亞洲電視節開幕儀式於展覽第一天上午 10 時舉行,開幕活動中首先由勵展集團新加坡執行長 **Michelle Lim** 簡介為期三天的新加坡亞洲電視節的展覽活動架構,包括市場展、研討會、研討會講者、參展國家、贊助單位及二部電影「風暴」及「夜鶯」之首映會。簡介完畢之後,由新加坡資通訊部部長 **Dr Yaacob Ibrahim** 致詞,之後再共同進行簡單之啟動儀式與媒體拍照,為 2013 新加坡亞洲電視節揭開序幕(如附錄 3 照片之圖 5 至圖 9)。

2、開幕酒會 Opening party

開幕酒會於第一天展覽結束後於晚上 9 時舉行,地點在金沙酒店 57 樓之空中花園,各國參展之業者及買家於此場合進行輕鬆之交流對話(如附錄 3 照片之圖 10)。

3、結合亞洲影視作品之首映會

新加坡電視節於展覽的第一天及第二天晚上分別舉辦「風暴」(香港電影)全球首映會及「夜鶯」(中法合製電影)亞洲首映會。「風暴」首映會於聖淘沙舉辦,該電影主角劉德華並出席該場首映會進行宣傳造勢;另「夜鶯」首映會則於金沙購物中心內之 MasterCard Theater 舉行,以 party 形式呈現,並設置小

型之星光大道，首映會流程由 ScreenSingapore 的代言人翁滋蔓走上星光大道接受訪問，再由「夜鶯」該片之演員、導演、編劇出場，接受主持人訪問及媒體拍照後，即開放與會貴賓進入電影院內進行電影首映（如附錄 3 照片之圖 11 至圖 15）。

4、 亞洲電視大獎（Asian Television Awards）

官方網站：<http://ata.onscreenasia.com/>

亞洲電視大獎（Asian Television Awards）是由 Contineo Media 舉辦，與新加坡亞洲電視節（Asia TV Forum）舉辦單位「勵展集團」分屬二個不同之舉辦單位，但亞洲電視大獎之舉辦時間與新加坡亞洲電視節相互配合，譬如 2013 年第 18 屆的亞洲電視大獎的頒獎典禮舉辦時間為 2013 年 12 月 5 日，即為新加坡亞洲電視節活動第二天的晚上，彼此互相達到拉抬效應，讓來參展之亞洲各國家電視台，於參展同時亦能同步參加頒獎典禮。

2013 年第 18 屆的亞洲電視大獎分別為我國演員吳慷仁（大愛電視台的「愛在旭日升起時」）和周幼婷（公視「含苞欲墜的每一天」）奪得影帝和影后，而大愛電視台及公共電視除派員參與新加坡亞洲電視節進行參展節目版權交易外，亦帶領入圍亞洲電視大獎之演員出席頒獎典禮，並為我國節目進行宣傳造勢。

（三）展場規劃

1、市場展（如附錄 3 照片之圖 16）：

- （1）參展國家：阿根廷、澳洲、巴西、加拿大、中國大陸、哥倫比亞、芬蘭、法國、德國、香港、印度、印尼、伊朗、義大利、日本、馬來西亞、墨西哥、菲律賓、波蘭、卡達、俄羅斯、新加坡、南韓、西班牙、斯里蘭卡、瑞士、台灣、泰國、荷蘭、土耳其、英國、美國、烏拉圭、越南（資料來源：新加坡亞洲電視節大會手冊-Asia TV Forum & Market 2013 Official Event Directory）。
- （2）交易展位：共設有 125 個展位，其中包括澳洲、中國、法國、印尼、日本、馬來西亞、俄羅斯、新加坡、西班牙、韓國、台灣及英國等國家館（資料來源：新加坡亞洲電視節大會手冊-Asia TV Forum & Market 2013 Official Event Directory）。
- （3）休憩區：於展場中央設有 Coffee Point 咖啡休憩區（如附錄 3 照片之圖 17），無限量免費提供咖啡，為一開放式之空間，提供與會人士休憩、交流；另設有收費之餐飲區，販售飲料及各種輕食（如附錄 3 照片之圖 18）。
- （4）洽談交易區：設有 Buyers' Club 及 Participants' Club，為封閉式空間，提供與會者進行隱私性的版權交易洽談（如附錄 3 照片之圖 19、20）。

- (5) 免費上網區 (如附錄 3 照片之圖 21)
- (6) 醫護區 (如附錄 3 照片之圖 22)
- (7) 媒體發稿區 (如附錄 3 照片之圖 23)
- (8) 大會服務區 (如附錄 3 照片之圖 24)
- (9) 新加坡旅遊資訊區 (如附錄 3 照片之圖 25)

2、研討會及活動 (如附錄 3 照片之圖 26 至圖 30)

於市場展舉辦之同時，大會於 3 樓之 **Cassia Ballroom** 舉辦多場研討會，研討會主題包括影視產業之創意發想、製作技術、資金導入、節目版權以及新媒體之策略及商業模式等，研討會主題列表詳如附錄 1。

(四) 報到規劃

- 1、報到規劃以參與者的身份分為 **Buyer、Seller、Media、VIP、Conference、Participant** 等不同櫃臺分流進行報到，以加速報到時間 (如附錄 3 照片之圖 31 至圖 33)。
- 2、進場時以電子掃描入場證之方式進行管控 (如附錄 3 照片之圖 34)。

(五) 每日活動刊物 **SHOW DAILY**

每日大會皆會即時製作 **SHOW DAILY**，除介紹當天的相關的活動資訊外，並將前一天的活動事件做即時報導，旋即刊載在第二天的 **SHOW DAILY** 刊物上，讓參展之與會者能掌握會展的任何動態資訊 (如附錄 3 照片之圖 35、圖 36)。

(六) 大會手冊

大會手冊分為二冊：第一冊詳列各參展單位、買家資訊，而除以參展展位編號分類外，並另有以國家作為分類參展廠商的方式，以便參展者瀏覽索引。另一冊則以介紹研討會議及會展活動為主，詳列各場研討會主題、講者及與會者，以及兩場電影「風暴」及「夜鶯」之首映會活動資訊 (如附錄 3 照片之圖 37 至圖 40)。

(七) 官方網站 <http://www.asiatvforum.com/>

二、重要展館介紹

(一) 台灣館：

- 1、空間規劃：本次台灣館由台北市影音節目製作商業同業公會組團參展 (參展公司名單如附錄 2)，台灣館約 30 平方米，共安排 7 組桌椅、置放各電視節目之資料夾、一台液晶電視及 DVD 播放機，並以各電視台之節目海報進行展位布置 (如附錄 3 照片之圖 41 至圖 42)。
- 2、文宣：將與會參展之各電視台及節目資訊製作成中英對照之手冊於會場中發

送。此外，並貼有 2014 台北電視節之宣傳看板（如附錄 3 照片之圖 43 至圖 45）。

（二）韓國館：

- 1、空間規劃：韓國館擁有兩大展位，一個是動畫展位，另一是由 KOCCA 及 KOFIC 的影視展位，展位面積頗具規模，二大展位約是台灣館的 8 倍大，在展位整體裝潢及設計以黃、綠色、藍系為主，頗為鮮明，極易引人注目；而各家電視台如 MBC、SBS 即於展位內設有獨立空間（如附錄 3 照片之圖 46 至圖 51）。
- 2、文宣：各項文宣製作精美，且皆以全英文製作。以 KOCCA 及 KOFIC 的影視展位來說，前部分設有公共洽談空間及櫃臺，櫃臺上提供 KOCCA 或 KOFIC 製作的全英文文宣品，包括韓國各電視節目的導覽手冊、節目 FORMAT 的介紹及韓國有線電視節目之導覽手冊；另於各家電視台展位裡亦提供自家電視節相關節目介紹之手冊，以 MBC 為例，「紀錄片」及「戲劇、情境劇及綜藝節目」各為一冊，介紹內容分別為全英文及英、中、日文對照，手冊內容詳細且製作精美（如附錄 3 照片之圖 52 至圖 54）。
- 3、宣傳 2014 首爾電視節：另韓國館於櫃位上已製作有 2014 年 9 月 3 日至 5 日舉辦之首爾電視節宣傳 DM，DM 中並清楚載明各種展位組合之計價方式（如附錄 3 照片之圖 55、圖 56）。

（三）中國大陸館

- 1、空間規劃：中國大陸展位約為台灣館之 4 倍，展位以展版隔成各獨立空間以供各電視台或參展單位獨立洽談、招商，並以紅色作為展館之主視覺（如附錄 3 照片之圖 57 至圖 59）。
- 2、文宣品：文宣品顏色之設計與中國館攤位一致皆為紅色系，另文宣品以全英文製作，並含括所有參展電視台及所述電視節目之介紹（如附錄 3 照片之圖 60、圖 61）。

參、參訪心得

一、軟硬體搭配得宜，連成一氣：

新加坡電視節除了展覽內容充實，設有多場多主題之研討會及國家館活動外，於硬體建設上也利於該會展之舉辦。金沙酒店連結購物中心、會展中心的完整建設，使新加坡電視節各種活動如開幕式、研討會議、市場展、首映會、開幕酒會，以及參展人士之住宿、飲食、休憩，皆能於金沙酒店完成，不必另尋場地，參展人士於會展期間能非常便利地於該區塊參與各種活動，且各活動皆能區隔辦理，彼此

不受干擾。

二、影視合併、以亞洲為展覽定位：

新加坡亞洲電視節定位為亞洲地區之影視展覽，並非只著眼於新加坡自己的影視作品，並結合電影及電視二產業作為會展之主題，於展覽中規劃二場其他亞洲國家之電影首映會，提高新加坡亞洲電視節（ATF）於國際影視展之國際地位。

三、VIP 優惠制度：

由勵展集團舉辦之坎城電視節及新加坡亞洲電視節，於展覽結束後皆要求買家提供購買金額，同時大會亦會與賣片方確認金額是否一致，若正確無誤，隔年就會提供這些有交易貢獻之買家免費酒店住宿，此舉將使國際上有購買實力的買家更有意願造訪新加坡亞洲電視節，亦有更多國際業者願意付費參展新加坡電視節，將使交易情形更為熱絡，並更將能穩固、拉抬新加坡亞洲電視節於國際影視展之地位。

四、研討會與市場展分開辦理：

新加坡亞洲電視節將研討會及市場交易展分由不同的場地舉辦，使二者互不受彼此干擾，於交易展中，能使買賣家能專注於節目交易之洽談，而每場研討會亦能於獨立之空間使與會者能進行研討及意見交流。

五、由民間單位勵展集團策展，透過商業機制進行長時間之策展規劃：

新加坡亞洲電視節係由民間單位勵展集團辦理，且至 2013 年已經邁入第 14 屆，該市場展運作係透過商業機制，各展位均採計價方式銷售，部分研討會也需收費參加，其優勢係民營商業公司為求獲利，就其規劃及策展操作皆需求得最大效益，並全力形塑、推升新加坡亞洲電視節為亞洲地區不可不參加之影視交易展，並輔以各項買家優惠措施，以使各國家願意選擇新加坡亞洲電視節進行策展。

此外，新加坡亞洲電視節並以「亞洲」做為交易展定位，因此交易展活動中亦併入其他亞洲國家電影之首映會，而使該電視節更具國際性及亮點；而每年皆由同一策展單位辦理，除可做持續性、跨年度之邀展、宣傳及規劃外，每年亦能透過各買賣家資料之積累，作為每年招商之依據，以期實質提高該電視節之交易量。

肆、建議事項

一、結合國際影視活動：

新加坡亞洲電視節及新加坡影匯將電視及電影合併辦理，並結合香港電影「風暴」及中法合製電影「夜鶯」二場首映會，邀請片中國際級知名演員劉德華等人出

席首映會活動，除使該活動具備亮點並讓媒體聚焦，也大幅拉抬新加坡亞洲電視節之國際形象；因此建議台北電視節除以電視節目為展覽主軸外，亦可併入電影或其他相關影視產業，且若於預算額度允許下，可於三天展期中併入國際性電影或電視節目首映或首播活動，以使台北電視節之舉辦具亮點及活動效益，拉抬台北電視節之國際性地位。

二、持續性之辦理單位：

國際性的影視市場交易展若由常設性單位辦理，除可累積執行經驗及買賣家資料，亦可做跨年度影視交易展之宣傳、規劃，以便於其他國家相關參展單位能提早規劃其年度參展行程，提高其參展意願；惟以政府採購案進行之台北電視節受限於政府採購法，每年度必須以公告招標之方式進行執行單位之評選，故其風險為因承辦單位不同而無法累積執行經驗、進行延續性規劃或跨年度宣傳。建議此節於政府採購法許可範圍下，台北電視節或可以二年或三年一標之方式，藉以累積執行單位之經驗，避免執行經驗之斷層與落差。

三、VIP 優惠機制：

新加坡亞洲電視節累積歷年買賣家資料，並可藉由前一年度買家之交易金額，作為下一年度是否提供該買家參展優惠之衡酌標準，亦可藉此瞭解真正具購買實力之買家及業者名單，作為下一年度力邀之貴賓名單，除可實質提高該市場展之交易量，亦同步提升該市場展之重要性。台北電視節應可思考以此方式，作為每年度洽邀買家之依據。

四、報到分流規劃：

新加坡亞洲電視節之報到規劃，將與會人員依參展身份區別為 Buyer、Seller、Media、VIP、Conference、Participant 等，並分以不同櫃臺進行分流報到，提高報到速度及效率。建議台北電視節亦可參照此形式進行與會人員之報到規劃，以加速報到流程。

五、提高預算進行國家館之策展裝潢，以提高國家館之形象：

此次以國家館形式於新加坡亞洲電視節設展之國家，除了台灣外，尚包括法國、韓國、日本、中國大陸、新加坡、馬來西亞（如附錄 3 照片之圖 62 至圖 71）等，其各國家館之策展面積廣大，其裝潢設計亦非常顯眼且具整體意向，在此國際性之市場交易展，國家館整體形象呈現亦是國家形象行銷之一環，建議可提高參展預算、擴大參展面積並進行展位整體國家意向之裝潢。

附錄 1：各場研討會主題

2013/12/4
SCREENSINGAPORE OPENING KEYNOTE
SOUTHEAST ASIA FILM FINANCING PANEL
<i>ILO ILO</i> IN NUMBERS: A NEW CASE FOR CRITICAL AND COMMERCIAL SUCCESS FOR ASIAN INDEPENDENT FILM
INSIGHTS WITH SHEKHAR KAPUR - DO WE NEED TO TELL A DIFFERENT STORY?
HOW PRODUCTION INCENTIVES STIMULATE LOCAL FILM INDUSTRY GROWTH?
ASIA SUPER PRODUCER PANEL - CHALLENGES FACED BY SUCCESSFUL BOX OFFICE FILMS FROM ASIA
2013/12/5
MAKING FILMS IN CHINA FOR THE CHINA MARKET AND BEYOND
KEYNOTE ADDRESS - AN OVERVIEW OF THE CHINESE FILM INDUSTRY TODAY
GETTING TO GREENLIGHT - DEVELOPING FILMS FOR THE CHINA MARKET AND DESIGNING EFFICIENT DEAL STRUCTURES
ENGAGING WITH THE EVER-CHANGING CHINESE AUDIENCE – MARKET POSITIONING, PROMOTIONS AND ADVERTISING
2013/12/6
WHAT'S HOT IN NON-SCRIPTED AND FACTUAL?
FROM SHOWS TO GLOBAL SUPER BRANDS
FACTS ABOUT FACTUAL
SUCCESS STORIES - FORMAT HITS MADE IN ASIA
THE NEW GAME-CHANGERS - YOUTUBE, SOCIAL TV, SECOND SCREEN, BRANDED CONTENT
THE ART OF PITCHING
DISTRIBUTION & DEALMAKING

附錄 2：台灣影視館參展業者

八大電視股份有限公司
三立電視股份有限公司
大夏數位傳播有限公司
中視文化事業股份有限公司
中影股份有限公司
台灣電視公司
民間全民電視股份有限公司
甲普國際媒體股份有限公司
位佳多媒體股份有限公司/言佳有限公司
佳映娛樂國際股份有限公司
東映製作有限公司
采昌國際多媒體股份有限公司
恆星多媒體股份有限公司
原創娛樂股份有限公司
曼迪傳播有限公司
曼迪國際有限公司
秣米有限公司
財團法人公共電視文化事業基金會
財團法人慈濟傳播人文志業基金會
得藝國際媒體股份有限公司
現場整合行銷有限公司
華視文化事業股份有限公司
開博國際有限公司/愚人夢想開發有限公司
磐石數位媒體有限公司
舊視界文化藝術有限公司
鑫海電視節目製作有限公司

附錄 3：照片

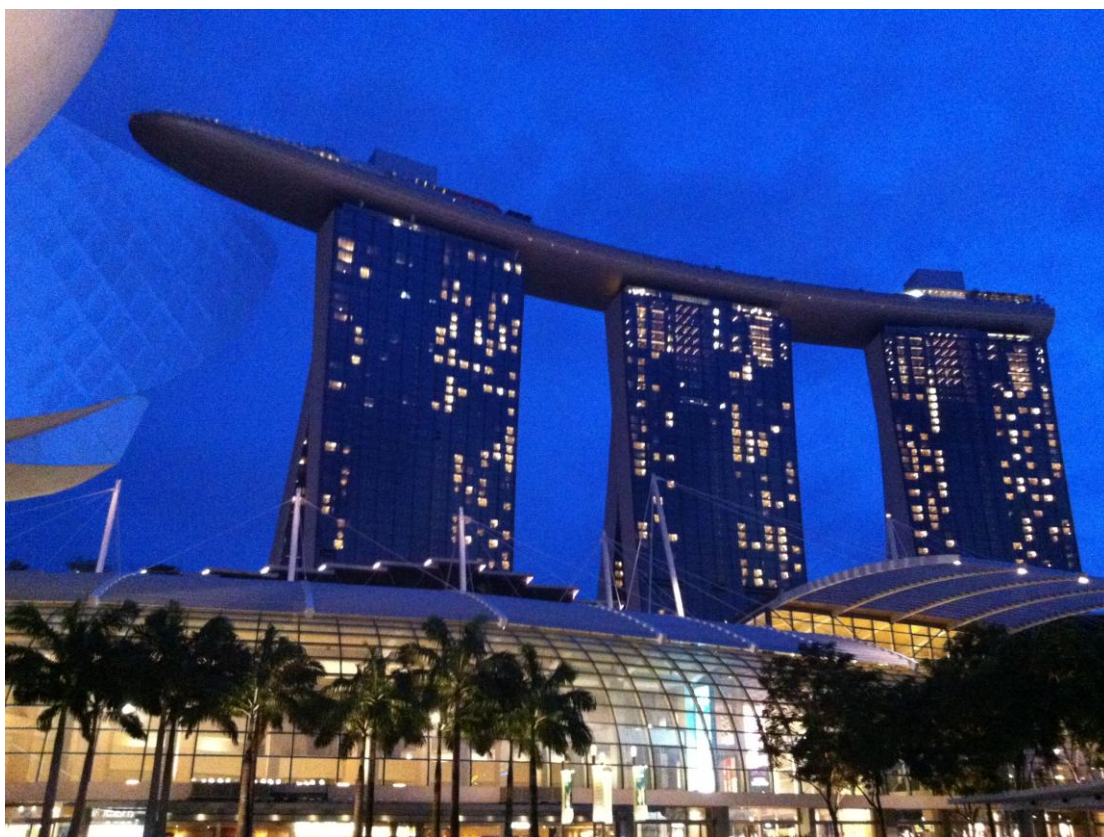


圖 1：新加坡金沙酒店與會展中心、購物中心彼此串連。



圖 2：金沙會展中心旁之購物中心。



圖 3：金沙會展中心。



圖 4：金沙酒店 ATF 專屬 Check-in 及 Check-out 櫃臺。



圖 5：ATF 暨 ScreenSingapore 開幕式（勵展集團新加坡執行長 Michelle Lim 右一；新加坡資通訊部部長 Dr Yaacob Ibrahim）。



圖 6：勵展集團新加坡執行長 Michelle Lim 介紹 ATF 三天之活動規劃。



圖 7：介紹 ATF 研討會之與會講者。



圖 8：介紹參展單位，包括本部及台北市影音節目製作商業同業之 LOGO。



圖 9：新加坡資通訊部部長 Dr Yaacob Ibrahim 致詞

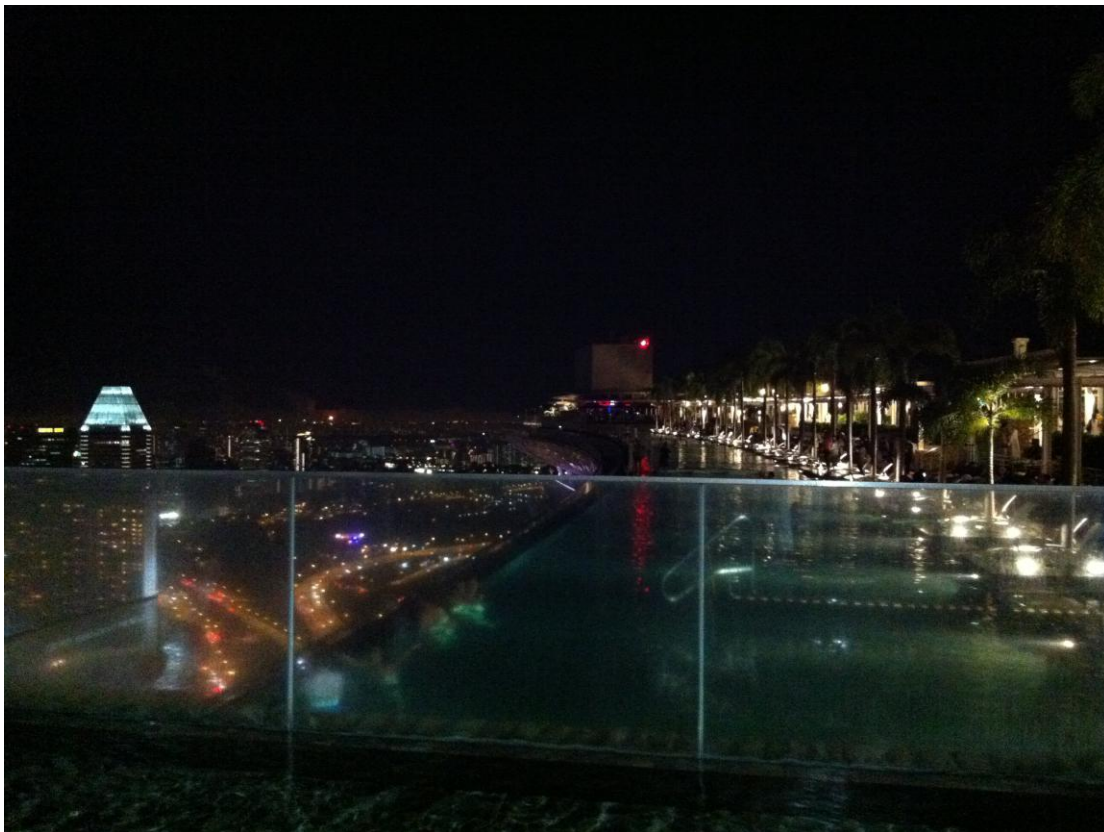


圖 10：ATF 開幕酒會於金沙酒店 57 樓之 SkyPark 舉行。



圖 11：中法合製電影「夜鶯」首映會。



圖 12：「夜鶯」首映會於金沙購物中心內之 MasterCard Theater 舉行。



圖 13：MasterCard Theater 戲院外觀。

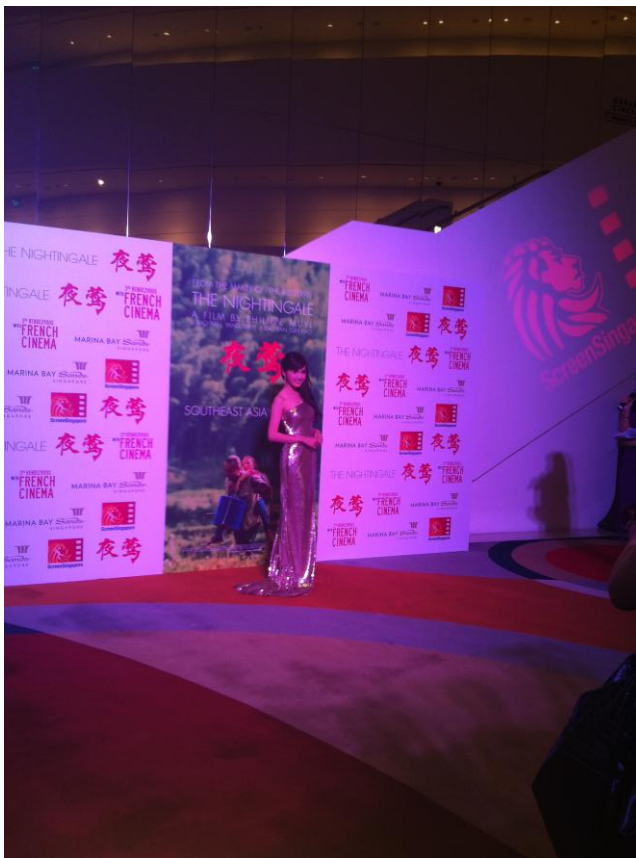


圖 14：ScreenSingapore 代言人為本國藝人翁滋蔓。



圖 15：電影「夜鶯」該劇演員李小冉、秦昊、楊心儀及導演 Philippe Myul 於首映會造勢。



圖 16：平面圖（出自新加坡亞洲電視節大會手冊-Asia TV Forum & Market 2013 Official



圖 17：會展內的免費提供咖啡的咖啡休憩區 Coffee point。



圖 18：會展內的咖啡餐飲區。



圖 19 : Buyer's Club ◦



圖 20 : Participant's Club ◦

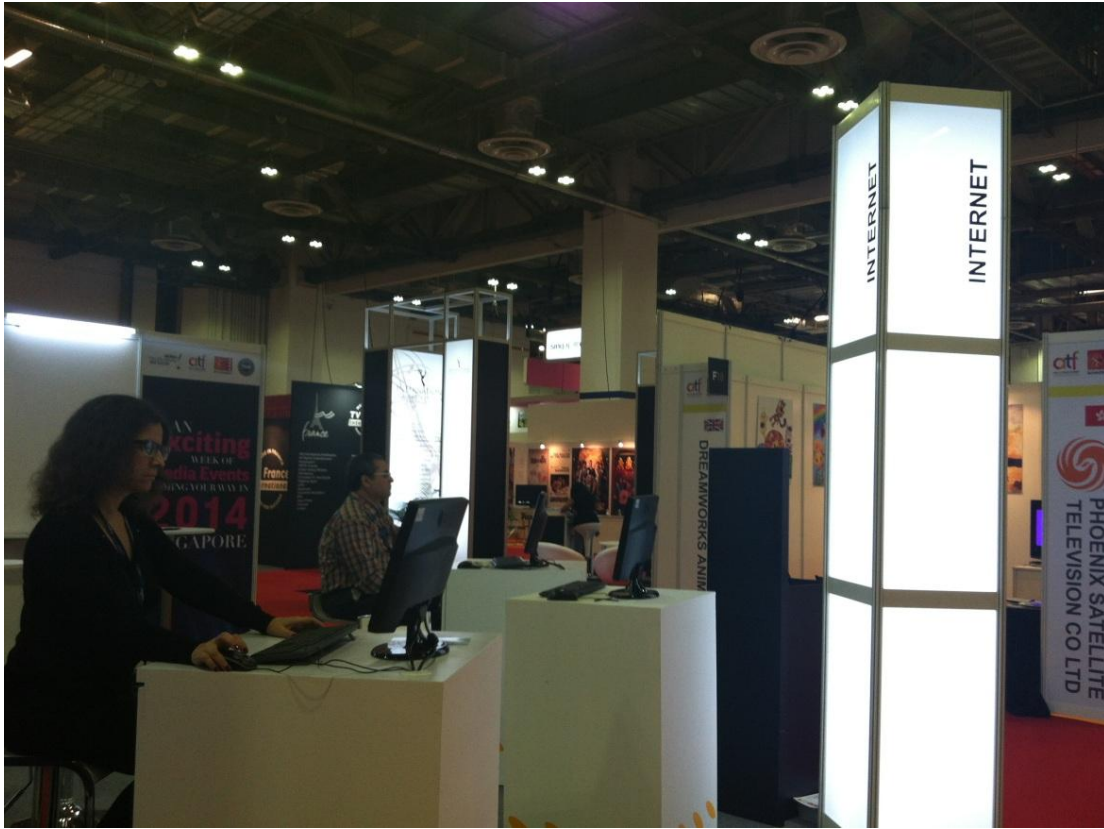


圖 21：上網區。



圖 22：醫護區。

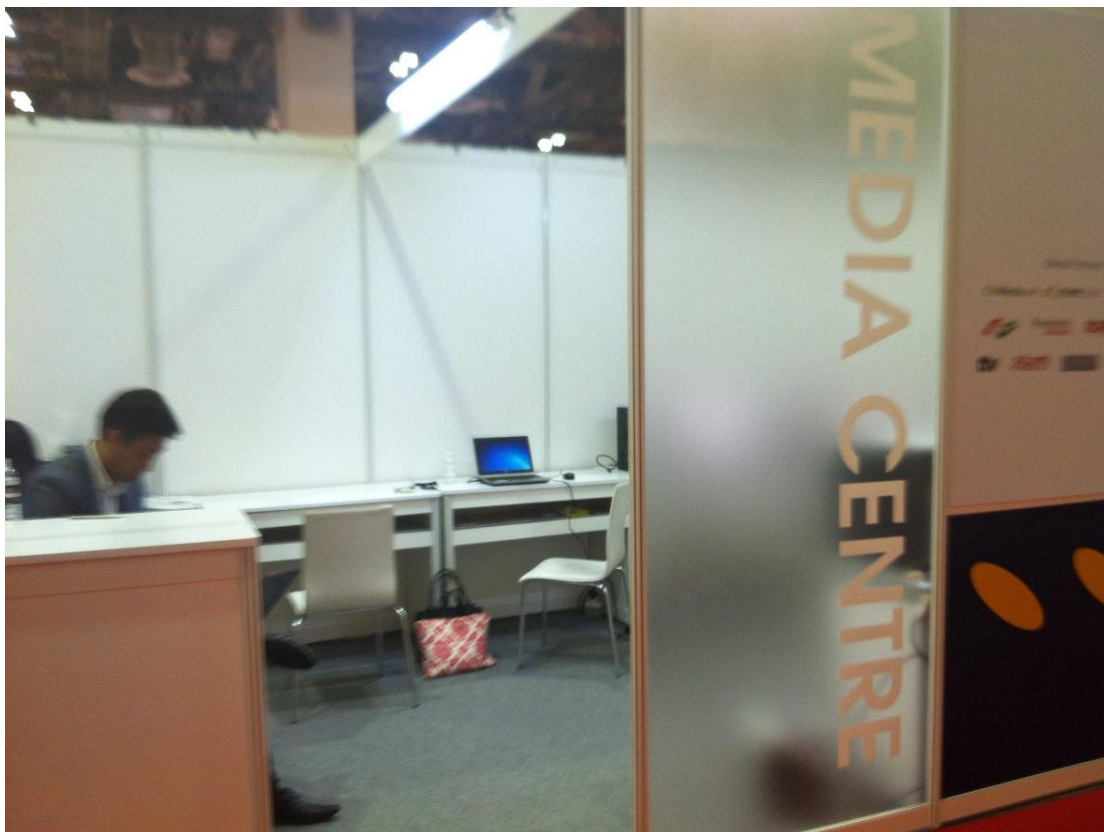


圖 23：媒體發稿區。



圖 24：大會服務區。



圖 25：新加坡旅遊資訊區。



圖 26：市場展與研討會地點為不同處但可相互連結。圖為兩者舉辦地點之通道。



圖 27：連接通道設有指標。

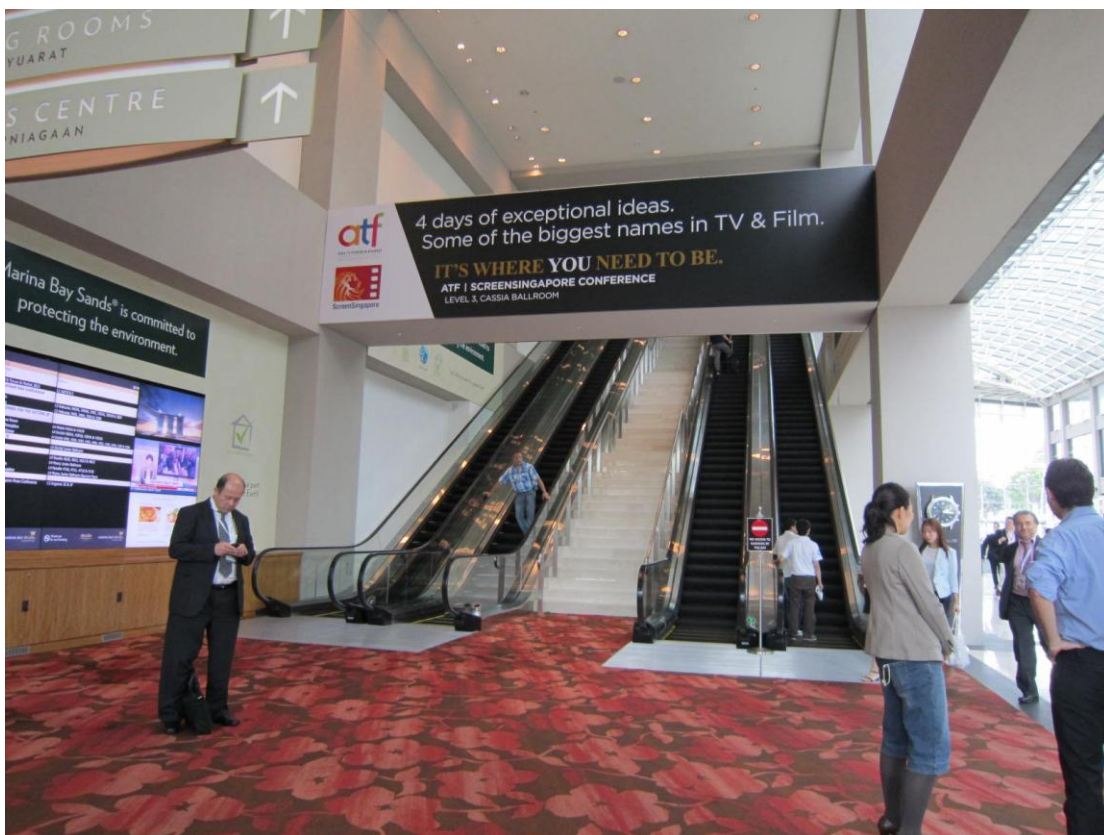


圖 28：通往 3 樓研討會會場之手扶梯。



圖 29：研討會活動資訊看板。



圖 30：研討會外觀。



圖 31：報到規劃依參展者身份分流進行報到(圖為 Seller、buyer 及 participant 之報到處)。



圖 32：報到規劃依參展者身份分流進行報到(圖為 Conference、Media、VIP 等之報到處)。



圖 33：ATF 第一天之報到情形。



圖 34：電子掃瞄進場控管。



圖 35：SHOW DAILY 大會每日出刊。



圖 36：圖為第二天 SHOW DAILY 的刊物內容，刊載了 ATF 第一天的開幕式（左頁）及第一天晚間電影「風暴」首映會報導（右頁）。



圖 37：大會手冊（左冊介紹 ATF 研討會及活動資訊；右側為市場展展位、買賣家資訊。）

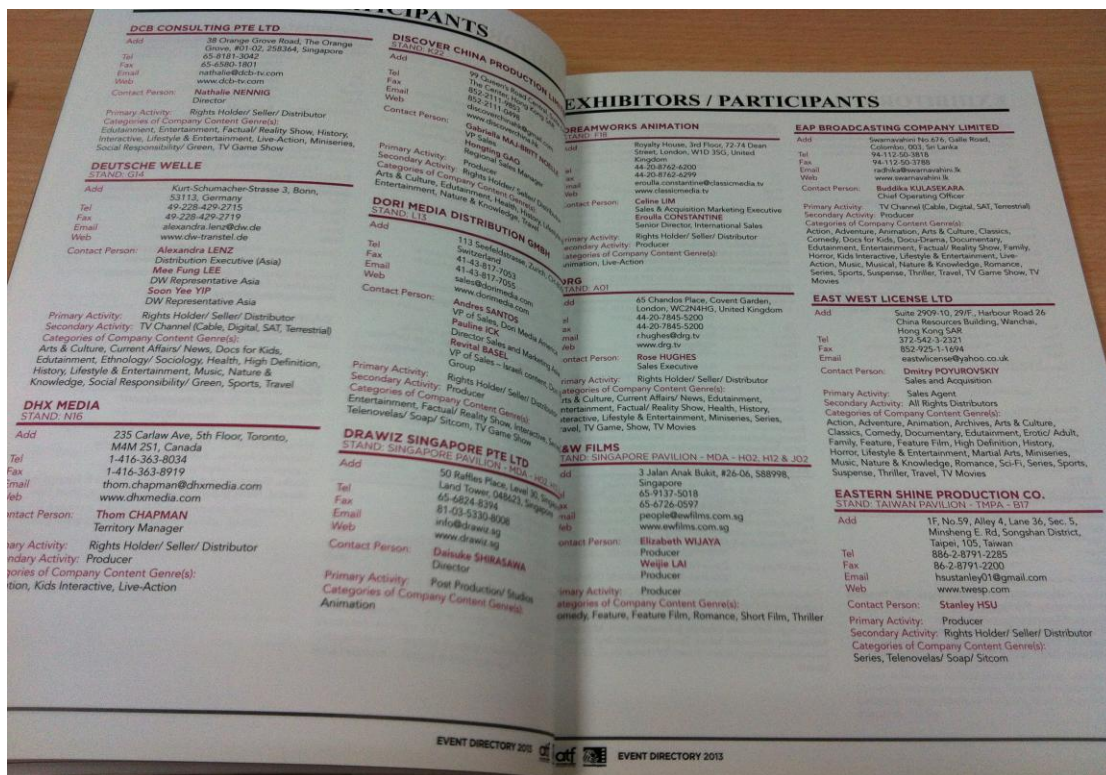


圖 38：大會手冊內頁介紹展位資訊。



圖 39：大會手冊內頁介紹研討會與會講者資訊。



圖 40：SHOW DAILY 每日於會展內擺放供與會人士索取。



圖 41：台灣館。



圖 42：台灣館擺放 DM 區。



圖 43：台灣館所展示的節目看板及 2014 台北電視節宣傳看板。

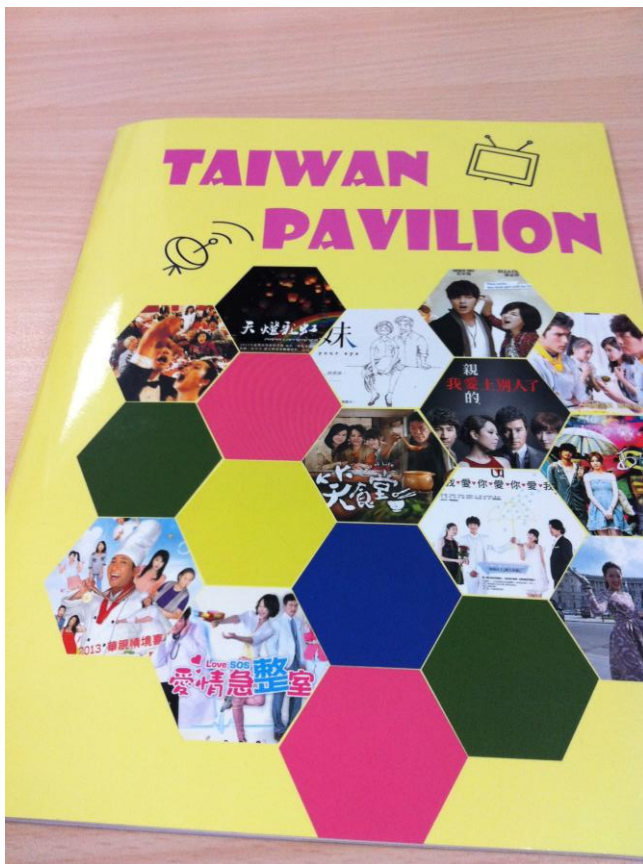


圖 44：台灣館節目資訊手冊。



圖 45：手冊內之節目資訊以中、英文對照。



圖 46：韓國動畫館外觀。



圖 47：韓國動畫館外觀。



圖 48：韓國影視館外觀。



圖 49：韓國影視館內各家參展電視台之獨立展位（韓國電視台 SBS、KBS）。



圖 50：韓國影視館內各家參展電視台之獨立展位。（韓國有線電視台 CJ E&M）



圖 51：韓國影視館內各家參展電視台之獨立展位。(韓國電視台 MBS)



圖 52：韓國影視館所製作之參展文宣手冊。



圖 53：韓國影視館所製作之參展文宣手冊，介紹各節目之 Format 手冊，左頁為節目「爸爸 你去哪了」及右頁為「我是歌手」，中國大陸皆已引進該二個節目之版權模式並製作，「爸爸 你去哪了」於 2013 年 8 月播出，「我是歌手」則於 2013 年 1 月播出。

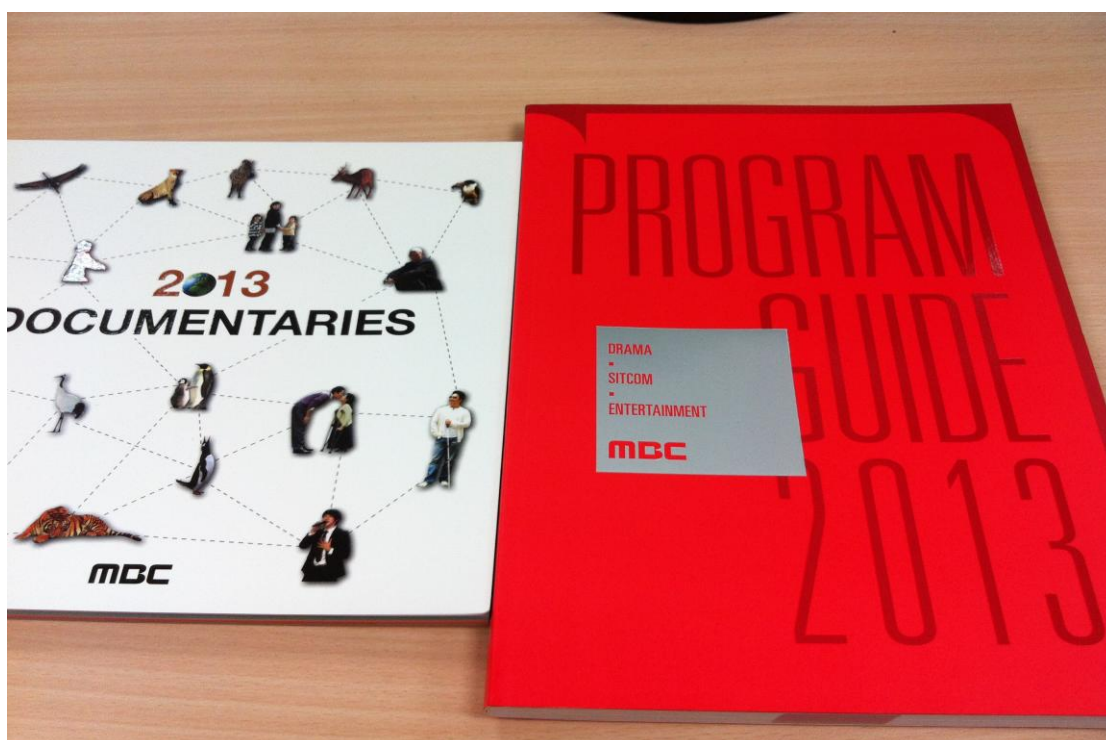


圖 54：MBC 所製作之節目文宣品。

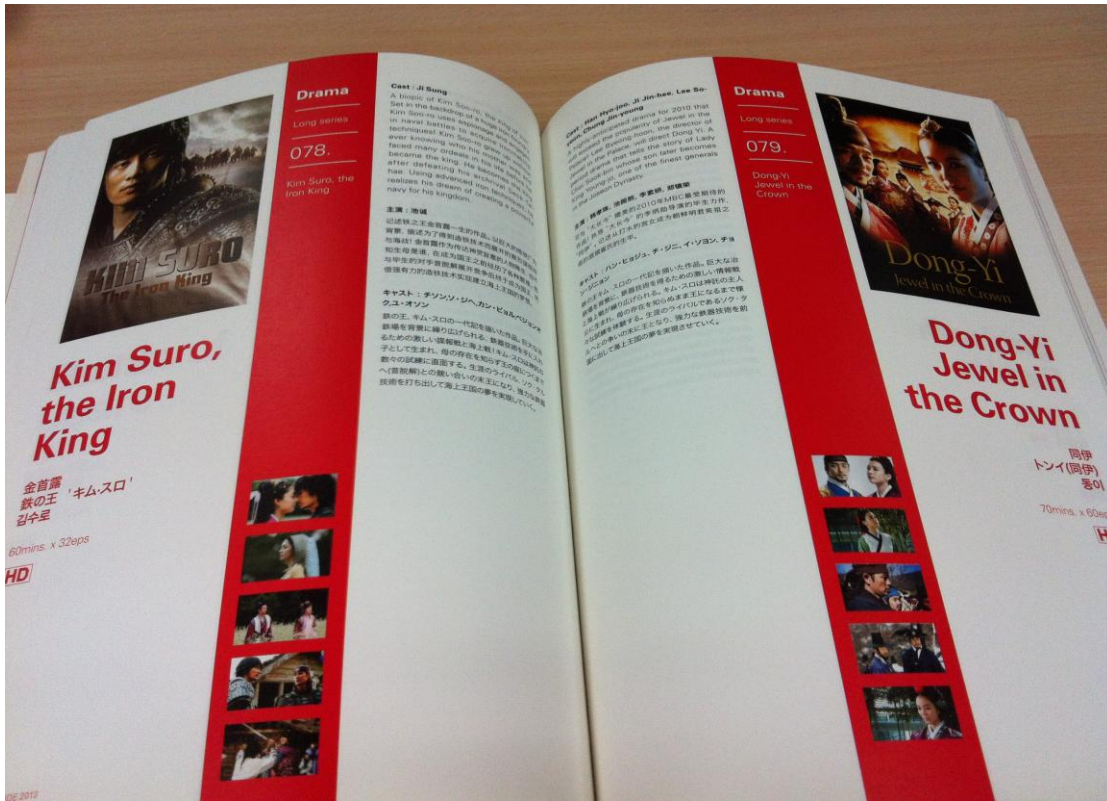


圖 54：MBC 所製作之節目文宣品，以英文、中文及日文介紹戲劇節目相關資訊。



圖 54：MBC 所製作之紀錄片文宣品之內頁。



圖 55：宣傳 2014 首爾電視節之文宣品。

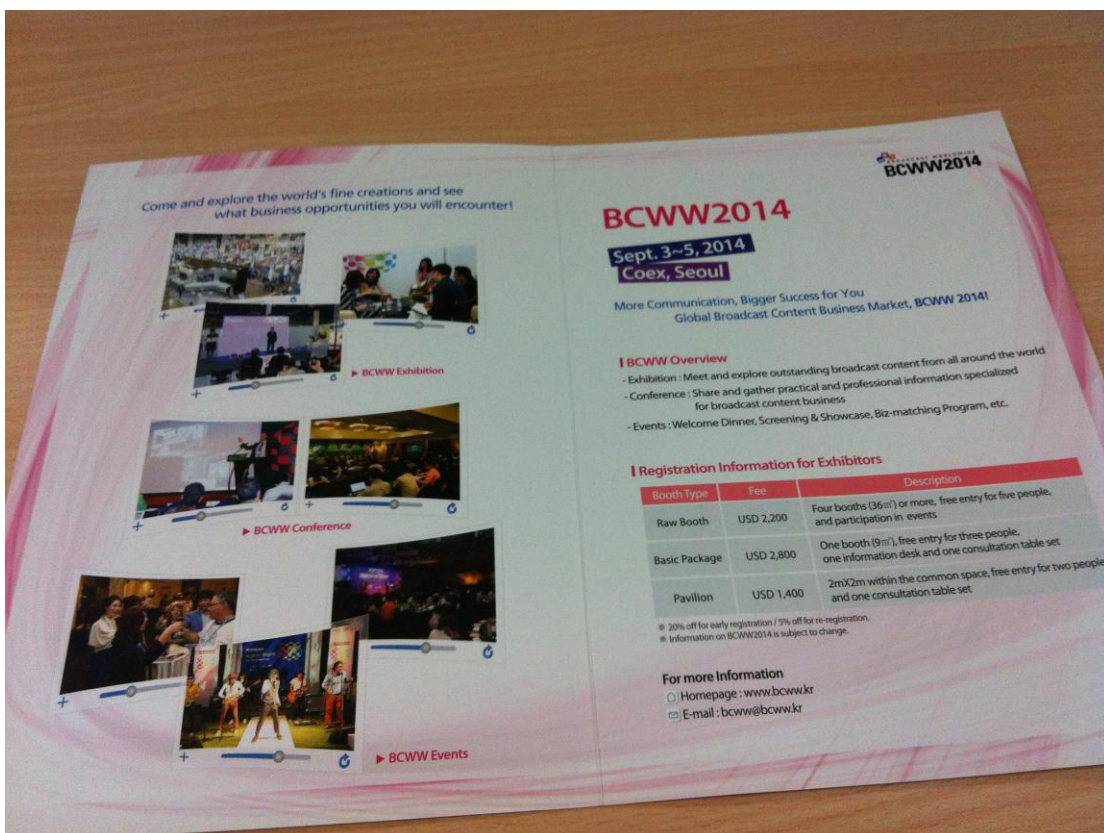


圖 56：2014 首爾電視節文宣品內已載明電視節舉辦日期及各展位之收費標準。



圖 57：中國館外觀。



圖 58：中國館內各家參展電視台或單位亦設有獨立展位。



圖 59：中國館內各家參展電視台或單位亦設有獨立展位。



圖 60：中國館內各家參展電視台或單位亦設有獨立展位。



圖 62：法國館外觀。



圖 63：法國館外觀。



圖 64：法國館外觀。



圖 65：法國館外觀。



圖 66：日本館外觀，以櫻花作為該館設計主題。



圖 67：日本館之內各家參展電視台亦設有獨立展位。



圖 68：日本館之內各家參展電視台亦設有獨立展位。



圖 69：新加坡館外觀。



圖 70：新加坡館外觀。



圖 71：新加坡館外觀。