

出國報告(出國類別：考察)

2014 年「第四屆北京國際電影節電影市場展」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：電影產業組組長潘舜昀

電影產業組專員朱瑀

派赴國家：中國大陸

出國期間：103 年 4 月 15 至 21 日

報告日期：103 年 6 月 13 日

摘要

「第四屆北京國際電影節電影市場展」市場展於 4 月 17 日至 19 日舉行，除創投項目外，主要聚焦於「後期製作與技術」和「電影外景地」兩大行業，為掌握產業趨勢，有效協助我業者進入大陸市場、即時瞭解大陸電影市場交易及投資之最新狀況，並提供大陸參展人士有關我電影產業更充實、完整之資訊，本局首次以委辦方式整合國內業者資源，赴本屆北京市場展設置臺灣館【Taiwan Cinema】展位，並規劃辦理茶會及「臺灣拍攝場地推介及 3D 特效路演」等活動。

本局為瞭解赴大陸電影市場展設置台灣電影館之實際辦理情形與成效，指派電影產業組組長潘舜昀及專員朱瑀等 2 人，於 103 年 4 月 15 日至 21 日偕同業者參展，實地瞭解國產電影片在大陸地區交易情形及國際電影市場動態，以做為未來擬訂推廣大陸市場政策措施之參酌。

目錄

壹、前言	P. 04
貳、行程及參訪議題	P. 05
參、參訪心得	P. 17
肆、建議事項	P. 19

壹、 前言

鑒於中國大陸電影市場現已是全球第二大票房重地，亦是全球最大的華語電影市場，大陸市場已為我拓展國片之重要市場之一，惟因兩岸特殊情勢，我業者於參加大陸電影活動時，曾發生主辦單位於相關文宣品、會場布置及活動網站所載資訊中，矮化我參展業者之名稱等情事，爰過往均由業者自行單打獨鬥赴陸參展。北京國際電影節電影市場展自 2010 開辦迄今，規模及交易額成長迅速，資源豐沛，已躍升為大陸地區最大電影市場展之一，為因應國際電影市場發展趨勢，本局於 102 年修訂補助國外行銷作業要點，將參加北京、上海國際電影市場展等納入補助範圍，另於去年第三屆北京電影市場展期間，商請「中華影視界聯合總會」(以下簡稱「影視總會」)以其名義申請在市場展設攤，召集國內業者赴陸參加市場展，為我方赴陸參展建立了良好的模式，收穫頗為豐富。

今年「第四屆北京國際電影節電影市場展」，其中市場展部分於 103 年 4 月 17 日至 4 月 19 日在北京中華世紀壇舉行(整體電影節活動時程則為 103 年 4 月 16 日至 4 月 23 日)，本屆市場展提出「電影要素」概念，除版權交易外，更聚焦「後期特效及技術」及「電影外景地」兩個產業「要素」，企圖將展示交易主體延展到電影全產業鏈。本局為有效協助我業者進入大陸市場、即時瞭解大陸電影市場交易及投資之最新狀況，並提供大陸參展人士有關我產業更充實、完整之資訊，本局針對本屆影展特色，首次規劃委託「影視總會」至前揭市場展設攤，籌辦設置臺灣電影館、舉行下午茶會及推介路演等活動。

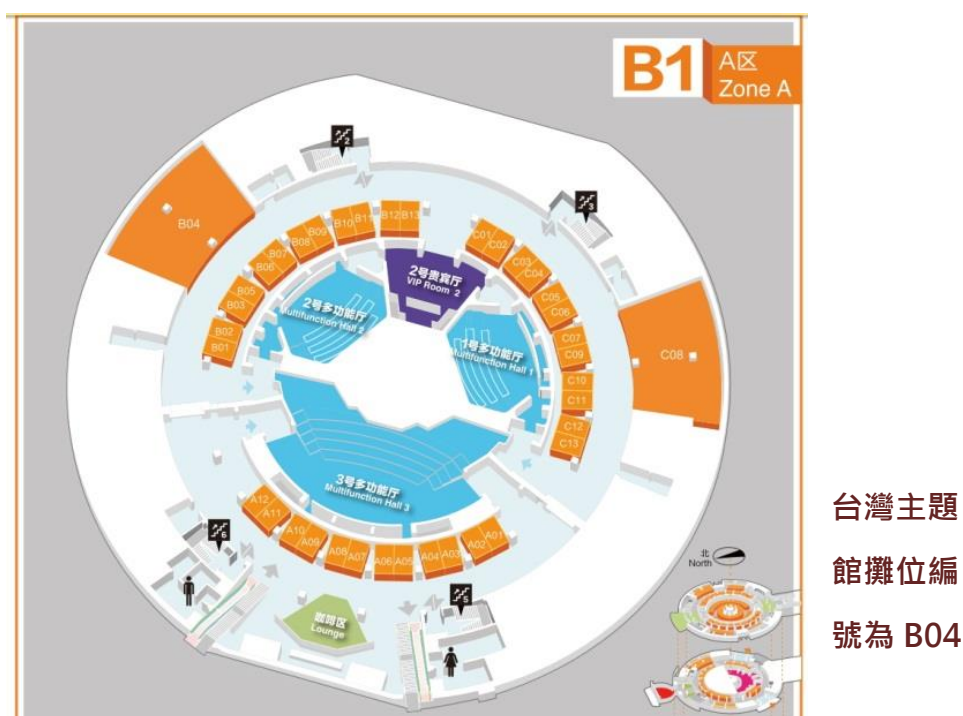
鑒於本局係首度以委辦方式赴陸市場展設置臺灣電影館，為瞭解實際辦理情形與成效，同時與大陸電影產業建立相關人脈，本局指派電影產業組組長潘舜昀及專員朱瑀等 2 人偕同業者參展。主要目的包括：

- 一、瞭解赴大陸電影市場展設置臺灣電影館之實際辦理情形與成效
- 二、掌握我國電影片在大陸電影市場交易情形，暢通國片在大陸地區發行管道。
- 三、評估未來推廣國產電影片大陸市場之策略。

貳、 行程及參訪議題

一、 參展概況

主展場位於世紀壇 A 區，展場共分為四層，台灣館位於 B1，相對 1 樓展位較不顯明，但因展期間各大小活動多集中在 B1 的多功能廳及貴賓廳舉行，能不斷吸引人潮，台灣館雖非熱門展區，位置尚算適宜。本次展場面積計約 190 平方公尺 (展區規劃如下圖 B04)，較上屆台灣館約擴展 7 倍大。



本屆參展報名係由參展商先自行至大會官網註冊登記，由中華影視聯合總會將台灣參展業者從報名後台勾選後，再請主辦方將業者納入台灣館展位。本屆台灣館報名參展單位總計 28 家，包含發行製作公司 20 家、後製公司 4 家以及影委會、律師事務所等其他單位 4 家，現場實際統計為 23 家參展單位 (參展業者資料詳如附件 1)。以下主要就「中華影視界聯合總會」規劃之臺灣電影館、下午茶會及推介路演等活動展出情形分項說明：

(一) 台灣主題館【Taiwan Cinema】

1. 布展過程(4 月 16 日)



布展當天基本配備到齊，海報掛軸等輸出較晚送運，螢幕規劃位置亦不突出

本局參展人員於 4 月 16 日午後即與業者前往「北京中華世紀壇 A 區 B1（北京市海淀區復興路甲 9 號）」佈置展位，抵達時，台灣館展位基本設備皆已運至展場，包括桌椅、沙發、鎖櫃、2 台飲水機、4 台放映設備；另外，地方政府（包括台北市、新北市、台中市、台東縣、嘉義市、高雄市）提供協拍相關的文宣品亦提前運抵展場。

據影視總會與主辦單位前期溝通，本屆主辦單位對展位有嚴格規定與限制，故影視總會將我方需求：

「參照我國際電影市場展展場以及去年參加北京國際電影節規格，以【Taiwan Cinema】市場展品牌做為展場設計主題」告知主辦單位，委由主辦單位統一規劃，惟主辦單位遲至開展前 3 天方將設計圖傳給影視總會確認，致使本局與影視總會已無法就整體設計表達修正意見（主辦方亦未先告知影視總會使用輸出 25 幅大型掛幅海報的影片名稱）。由於設計及施工皆非由我方主導，經多次與主辦方及施工單位協調，加強場地布置並更改螢幕擺放位置，本館之布展工作臨近傍晚閉館時方告初步完成。

2. 參展名義

鑒於影視總會理事長王應祥熟知兩岸電影產業生態，並長期推動兩岸電影交流，具廣闊人脈，本局去年以補助方式由影視總會以其名義申請在第三屆北京電影節市場展設攤，該會除獲主辦方免費提供展位，且所有參展廠商均免付通行證費用（隨該市場展規模之擴張，本屆已無展位免費之優惠）並請聯合總會與市場展主辦單位就參展名義事溝通，因此，去年第三屆市場展廠商電子名錄中，台灣參展業者均以 Taiwan 標示，影展手冊則略而不提參展廠商國別。



展場以【Taiwan Cinema】為主視覺設計；背板亦放置本部LOGO及本局機關名稱

本屆市場展因採參展商直接上大會官網註冊報名方式，網站上可直接提供參展商資料，該資料格式則與我上屆參展模式相同，將我業者以「國別/區域」方式歸類為「台灣」，展商名錄手冊等市場展文宣品亦未提參展商國別，我方似

已與大陸主辦方就我「參展名義」事建立出可循模式。另外，本局今年係採委辦方式設攤，在台灣館展場之展版設計部分，則放置文化部LOGO 並標示本局機關名稱，以及中華影視界聯合總會名稱，至我方為本屆市場展編印之參展商手冊部分，則載明本局為主辦單位。



3. 展出情形(4月17日至19日)

(1) 展場概況

本次台灣館展場主視覺以【Taiwan Cinema】為主，輔以台灣知名景點意象圖案，並於U字型展場的三面牆上懸掛 25 幅大型輸出電影海報，凸顯台灣館特色。又，展場入口左右方以及展場中間各放置 2 台螢幕（共 4 台），以動態影音的方式，分別播放影片片花及台中市與台東縣等地方政府有關影視協拍的宣傳影片。為方便參展商索取資訊，展場規劃電影文宣品陳列區(擺放參展商手冊及業者 DM)，並由影視總會安排固定服務人員 2 名，提供台灣電影諮詢服務、引介台灣電影業者和國際影人認識、以及隨時蒐集影展資訊提供台灣電影業者參考。

市場展於 17 日上午開展後，參展業者紛紛積極邀約買家展示作品、洽談合作及銷售事宜，本局除實地瞭解國內業者與國際、大陸參展人士、國際買家之洽談及互動情形外，亦與台北市電影委員會參展人員分別就陸片進口發行、合拍、來臺取景攝製等相關規定協助解說。或因本屆市場展特別關注「電影外景地」此一產業環節，現場接待人員均留意到除買家外，來館諮詢度最高的項目是合拍、景點協拍及來台攝製補助等規定，惟我分散由地方政府各自進



行城市行銷的協拍宣傳方式，不易讓國外攝製團隊一目了然地整體掌握來台拍攝的規定及相關資訊。本館展位人潮主要集中在市場展第一、二日，展出過程平順。

(2)業者實際銷售及洽談情形

據現場統計，台灣赴北京實際參展之業者共 23 家（含賣家參展商和買家參訪業者），包含發行製作公司 18 家、後製公司 4 家以及影委會 1 家等，初步計算約共計 45 人參展，另本次市場展至大陸行銷的台灣影片總計 39 部（2012~2015 年，含預售片）。

本屆市場展向本局申請補助參加 2014 北京電影市場展經費之業者共計 13 家，就渠等所提參展報告及本局實地觀察，綜整我業者參加本次北京市場展之要況如列：

- (i) 發行公司接觸的買家除大陸外，多來自亞洲(如日本、馬來西亞、越南，新加坡及香港等)。有業者認為因為香港影視展甫於 3 月底結束，亞洲區以外的買家均鎖定 5 月坎城市場展，因此北京市場展買家呈現的多元性不足。另有業者認為北京市場展以政治性宣傳為主軸，對該公司言，銷售工作效用不高，但對業界公關聯絡仍有作用。
- (ii) 與大陸洽談影片網路及電視版權占最多。多數業者係與陸方新媒體洽談影片網路版權，電視版權次之，就影片在大陸院線發行之可能性進行討論者較少。據了解，仍有業者藉由本次參展機會確認在大陸發行新片之發行商，並與發行商就大陸之市場性，討論影片修改方向後送審批，亦有業者因其與大陸合拍電影企畫案送大陸廣電總局立項未能順利通過，爰藉市場展再與當地合作業者協商與當局溝通之策略。
- (iii) 後製製作業者反映至展場洽詢後期製作業者較少，建議加強攤位設

計感。有後期及特效業者反映，到台灣館詢問業者以影片投資及景點協拍居多，較少有後期和特效的參展商，又因本屆市場展十分重

視後製特效業，大陸及韓國特效公司之展位均十分具特色，大陸公司係直接在展場進行實拍(現場有騎摩托車的 Show Girl)，韓國展位則係由韓國資訊通信產業振興院集合十家特效公司聯合參展，規劃眾多螢幕導覽及解說人員，吸引大量人



潮，爰此我後製及特效業者建議本局應參考相關展示手法，精心設計台灣館攤位(有業者建議可由廠商租借較大規模的場地及聘請設計公司布置攤位)，藉以提升台灣館之品牌形象和知名度，吸引更多參展商。

(iv) 積極參與創投項目。本屆我業者雖無人圍創投項目，但有許多製作公司及導演攜預售片及相關拍片計畫洽談合拍投資或是後製等合作機會。

(二) 臺灣拍攝場地推介及 3D 特效路演

時間：2014 年 4 月 18 日下午 1-3 時

地點：北京海淀區中華世界壇 B1 2 號多功能廳

節目流程：

13:00-13:25 【數位後期你必須知道的事】

主講：臺北影業股份有限公司 經理李松霖

13:30-13:55 【電影片《控制》—特效鏡頭幕後製作技術解析】

主講：砌禾數位動畫有限公司 總經理王俊雄

14:00-14:25 【3D 電影製作介紹】

主講：兔將創意影業股份有限公司 執行長李昭樺

14:30-14:55 【如何藉由拍攝城市讓電影「增值」】

主講：臺北市電影委員會 總監饒紫娟



1. **事前洽繫工作：**「影視總會」針對本次市場展兩大熱門焦點「後期製作與技術」和「電影外景地」，規劃邀請我地方政府影委會、協拍中心及後製產業業者等輪流推薦臺灣景點協拍及臺灣電影製作技術（包括拍攝、後製及特效等）。因本局係首次於市場展規劃辦理路演活動，在前期作業時曾多次與地方政府協調，原本台中市政府及高雄市政府均承諾參與本活動，其後皆因議會質詢等公務行程

而未能與會，較為可惜(按:台北市電影委員會饒總監原預定於 16 日出發至北京參展，臨時亦因議會質詢，改至 18 日路演當日赴陸，未來邀請地方政府參加海外市場展活動時或可將期程問題納入考量。

主辦單位協助各項活動刊載訊息於電影市場手冊及活動日程，然由市場展活動眾多，與本路演同時時間段的下午 1 時 30 分至 5 時 30 分間，主辦單位在 3 號多功能廳舉辦一大型活動 - 「全球 3D 研討會」行業對話，主題與我相近，本局經評估或影響



參加我路演活動人數及效益，曾請影視總會向大會反映調整時段未果。

2. **活動實況:**本屆市場展辦理之推介會等活動，可概分為幾類:一是「產業推介會」，如加拿大魁北克省、捷克及韓國(韓國資訊通信產業振興院)等，二是「電影特效推介會」，如法國及韓國(韓國電影振興委員會)等，三是「電影外景地及補貼政策」說明會，如北歐國家(斯堪地那維亞)，四是「中-外」「中-歐」舉辦的「合拍推介會」。台灣館首次辦理路演場地，與前述產業推介會規模一致，選擇可容納 70-100 人的會議廳，場地設備等均適合後製特效業者展示實績，景點協拍的說明亦能吸引有興趣來台攝製的製作團隊，本次參與活動的單位業者多滿意本次活動成效，惟或因承辦經驗不足，活動較預定時程提早約 20 分鐘結束，未來規劃類似活動時可

再加強節目流程設計以及宣傳。

(三) 下午茶會

時間：2014 年 4 月 18 日下午 3-4 時

地點：北京海淀區中華世界壇 B1 2 號貴賓廳

「台灣拍攝場地推介及 3D 特效路演說明會」結束後，現場嘉賓等旋即轉往位於隔壁貴賓廳舉辦「下午茶會」，現場有包括我業者邀請前來的大陸電影同業業者。茶會首先由本局電影產業組組長潘舜昀致詞，除感謝大陸電影界朋友對台灣電影的支持，希望未來兩岸電影業者能有更多創新的合作和交流。現場備有簡單的茶點及飲料，並播放我影片片花及協拍宣傳片，與會嘉賓交流氣氛熱絡。



二、周邊活動

參展期間，本局人員亦抽空參加影展論壇及推介會等活動，以瞭解

市場展整體舉辦情形，相關行程及參訪議題如下：

(一) 「中外電影合作論壇」

時間：4月17日上午10時

主題：國際合作的本土化策略

地點：北京飯店

主持人：中國電影合作製片公司總經理張恂主持

與談嘉賓：墨西哥導演阿方索-卡隆、美國導演奧利弗-斯通、俄羅斯導演季莫爾-貝克曼貝托夫、美國派拉蒙公司首席運營官弗雷德里克-亨茨貝瑞、英國製片人彼得-澤甯、法國演員讓-雷諾以及萬達文化產業集團副總裁葉甯、大陸導演寧瀛等

「中外電影合作論壇」係以探討跨國合拍電影為起點，以促進「中外」電影業界合作交流為任，以引導中國大陸電影產業國際化為方向，努力為中國大陸電影扎根本土、推向全球提供新的發展思路。論壇開始前，由大陸國家新聞出版廣電總局副局長童剛和美國電影協會主席克裡斯多夫-多德致詞，並舉行中、法合拍影片《勇士之門》之舉行簽約儀式，中、法、加合拍影片《最後的戰爭》影片完成之宣傳活動。論壇規劃穿插放映6段影片，引導與談嘉賓從多方視角及自身經驗，就合拍政策解讀、跨文化合作本土化研討、合作案例解剖等多個層面，探討中外電影合作和資源分享機制。論壇中的插曲係美國導演奧利弗-斯通(Oliver Stone)突然就大陸方面幾度否決其有關毛澤東影片及相關紀錄片攝製之合拍計畫，批評大陸方面如不能面對及展露文化大革命等歷史真實的面貌，更遑論合拍，這段言論立即被美國媒體及德國之聲所報導，大陸媒體均低調處理此段內容，僅有少數媒體以較委婉地陳述各家觀點，大會官網的論壇文字實錄，則無刻意迴避該段論述，茲節錄奧利弗-斯通(Oliver Stone)發言如下：

「我真的希望我們堅持我們所知道的東西，我們堅持關於一個國家的特色，當我來中國的時候應該是1990年來過中國，我們當時試了三次想要到中國做電影，我是沒有

成功，我經常批評我自己的國家，所以我覺得我還是非常公平的，我既然可以批評自己的國家我也可以批評其它的國家，我想跟大家說的話，我每次來中國做合拍我感到非常困難，一方面想作合拍，不願意直視真實的面貌，在 90 年代想做毛主席的片子，後來一次一次遇到障礙，後來來做另外的電影是關於文化大革命的電影，在文化大革命這個漂亮的女孩，她是找到了自己的愛情，尤其裡面還涉及到像同性戀這樣的一個內容，但是最終當時也是被拒絕了，因為他們說，他們絕對不允許做一個關於文化大革命的電影，這是 80 年代和 90 年代的時候。2000 的年時候我回來



了，我想做關於 08 年奧運會的紀錄片，我想關於中國面孔的紀錄片，我們收集了大概 100 到 200 照片，在北京街頭，我們用直接的方法來描述中國面孔，後來中國官員看這些面孔，他們又來審查了，他們說這不是我們想要的面孔，這不是我們驕傲的面孔。又一次失敗了，我真的非常努力非常希望在這個國家做合拍，但是

我失敗了。我們在美國對自己的過去很坦率的，毛澤東出現在很多電影中，但沒有人批評過他，我們現在做電影的，我們做毛主席做文化大革命的電影，如果做到這一點的話，真正是開放的國家，對於我們來說只有這樣才是真正的合拍片。」

其後央視仍如常播出 Oliver Stone 其他專訪，由此事件，或可持續觀察大陸有關單位是否會隨經濟發展及電影產業之發達趨勢，微調對政治等敏感題材影片審查之原則(註 1，其他嘉賓論點可詳參官網)。

(二) 「好萊塢電影大師班」

時間：4 月 18-19 日 【參與開幕式論壇(18 日)】

美國電影協會(MPA)自 2006 年在中國成功舉辦「好萊塢電影大師班」以來，這一國際電影交流項目陸續在亞太區的香港、新加坡、馬來西亞、印尼，以及韓國等地舉辦過數次，幫助亞太區各國/各地區的青年電影人邁向更廣闊的國際舞臺。本屆北京國際電影節電影市場期間舉辦之「好萊塢

電影大師班」，係由美國電影協會、一壹影視基金、北京國際電影節·電影市場(BFM)聯合主辦。開幕式論壇邀請到《冰河世紀 2》導演卡洛斯·薩爾達尼亞(Carlos Saldanha)先生、萬達文化產業集團副總裁葉甯、《如果·

愛》製片人安德魯·摩根 (Andre Morgan)、威秀亞洲總裁艾秋興 (Ellen Eliasoph)、娛樂業律師哈裡斯·塔琴(Harris Tulchin)、東方夢工廠創意主管特蕾西·川西 (Tracey Trench) 等出席，以想像力為主題討論電影創作和創意。本屆大師班側重



創作編劇，經過講座、授課、推介、選拔、專家現場提問、作者現場解答和著名專家評議等過程，從上百部作品選出三位「大師班劇本推介優勝獎」，獲獎者可取得前往好萊塢與美國同業交流學習的機會（註 2）。

（三） 電影金融法律論壇

時間：10 月 27 日中午 12 時

地點：北京海淀區中華世界壇 B1 3 號多功能廳

與談嘉賓：浩天信和律師事務所高級合夥人馬曉剛、浩天信和律師事務所合夥人俞蓉、香港鄭黃林律師行律師鄭豪、華美銀行執行

副總裁（副行長）Bennett Pozil、美國尼克森·皮博迪律師事務所 中國及亞太業務主席兼管理合夥人鄭國維、一壹投資基金管理有限公司 執行總裁蒲斯偉



本論壇由北京國際電影節·電影市場和浩天信和律師事務所、香港鄭黃林律師行、美國尼克森·皮博迪律師事務所共同策劃舉辦。開始前由主辦之浩天信和律師事務所發布其甫編印完成之「中外合拍法律手冊」，並簡要地介紹合拍片相關法規，該手冊資訊充分實用。論壇則就全球電影行業的融資現狀、中國大陸電影在資過程的新管道、電影基金熱潮背後面臨的瓶頸和挑戰以及當今的中國大陸電影體系下完片擔保之可行性等進行探討。

參、參訪心得

一、北京電影市場展定位漸明確，逐步成長

北京作為中國大陸政治、經濟、文化交流中心，具先天優勢，本屆電影節電影市場延續前幾屆之策展方向，借重國際影人的知名度和媒體影響力，提升影展的國際能見度，大陸電影市場發展一日千里，電影產業鏈亦漸成熟，因此即使在外片仍受限於配額的環境下，北京市場展仍能吸引各國業者積極參與，推動跨國合拍等合作項目，市場展自上屆開始努力推動「後期製作與技術」業者參展後，確實吸引許多重要國際後製及特效業者與會，使此市場展或成為該行業交流的重要平台之一，加以中國電影合作製片公司負責主導電影節及市場展中多項合拍項目活動，使該市場展漸展露出其「合作」與「技術」定位特點。據大會官網指出，本屆市場展計有 24 個國家的 724 個電影企業和機構報名參加，其中，參展廠商計 248 家，比上屆增長 20%，主辦單位並宣稱該市場展本屆交易額突破百億，簽約總額達 105.21 億元人民幣，再創中國大陸電影市場展交易紀錄（註 3）。

就本局與會觀察，「第四屆北京國際電影節電影市場展」之規劃仍十分紊亂，電影節承辦單位係廣電總局電影局及北京市廣電局，而電影市場展則係由北京歌華文化發展集團承辦（歌華係自第三屆起承接此活動），作業分屬不同之行政系統，但大型活動仍由電影局方面統籌，電影市場展承辦單位無法及時掌握活動內

容，導致整體作業遲緩，橫向聯繫工作偶有狀況。據相關活動媒宣執行單位透露，該單位係於開展前 2 週方受其中一活動之國外主辦方委託辦理，活動期程安排之混亂可見一斑。然持平而論，就本屆場地方面十分理想，硬體設備及展示空間等規畫合宜，倘大陸電影市場能逐步開放，且市場展能改善行政作業方式，未來北京電影市場展應能以其自身特色建立自身口碑，吸引更多國際重要影人參與。

二、我需更積極整合資源協助業者進入大陸電影市場

此次本局首度順利參照我參與國際市場展模式至大陸市場展設置台灣電影館，表面上似已初步解決我電影業赴陸參展名稱的問題，建立我赴陸參展模式。然而，此參展模式或僅限於市場展，如前所述，北京國際電影節與電影市場係由不同單位承辦，影展方面係主動洽請「台北市影片商業同業公會」協助邀請台灣影片參展事，據查閱大會相關文宣，本屆影展獲選放映之台灣影片計有「逆光飛翔」、「阿嬤的夢中情人」及「不老騎士」等三部，在影展官方手冊上除「不老騎士」被歸類為「中國」片，「逆光飛翔」、「阿嬤的夢中情人」並無國別，惟「逆光飛翔」、「阿嬤的夢中情人」在大會發放的官方日報上被列為「中國台灣」。由於本局委託影視總會辦理的活動係市場展，陸方窗口亦不相通，因此係透過其他管道反映此一對我影片參展名義處理原則之現象。

隨大陸電影市場日益擴張，過往政府以透過民間單位辦理「兩岸電影展」進行兩岸電影文化交流之方式，實已無法滿足我業者需求，國片如欲進入大陸市場發行，最好的途徑即是參與市場展影展活動，或透過合拍、創投等突破發行限制，因此，我應統整大陸電影產業資料及相關參展經驗及資源，適時提供我業者最新之大陸電影產業動態資訊（包含電影市場展創投報名時間等資訊），妥善規劃並樹立大陸電影市場展中台灣電影館品牌形象，同時亦應持續透過管道要求陸方不再發生前揭影展參展名義不一之問題，暢通我業者進入大陸市場。

肆、建議事項

一、擴大協助業者參與大陸重要電影市場展

就本次我業者報名參展情形及業者反饋意見顯示，多數業者十分贊成本局赴陸設置台灣電影館之作法，且向本局詢問赴上海電影節市場展設台灣館可能性，衡量我業者需求及實際參展規模，建議明年起擴大協助國片業者參與大陸市場展，藉由市場展平台，增加我電影作品在大陸之能見度及銷售商機，提升參展效益，擴大協助之具體作法建議有二：

一、比照本屆北京市場展參展模式，以委辦方式在北京及上海國際電影節電影市場展設台灣電影館，且考量大陸幅員遼闊，南北文化有別，或評估將委辦團隊承辦大陸相關活動經驗或處理兩岸電影交流實績納入招標團隊評比標準之可能性。

二、台灣電影館之設置需提高規格，是指加強整體主視覺設計及相關文宣品內容之編排，而並非指擴大展場面積，有效建立台灣電影館「精緻而優美」的品牌形象，同時配合市場展主題及產業需要規劃有特色的參展活動。

二、我宜整合景點協拍及跨國合拍計劃相關資訊，吸引製作團隊來台拍片

本次市場展台灣電影館詢問度居高不下的景點協拍或兩岸合拍等問題，卻因相關資訊過於分散，導致有興趣來台之團隊多所困惑，建議仿照法國國家電影委員會編印之「赴法國拍片實用指南」編印中英文版之來台拍片指南，整合本局訂定之規範以及地方政府推動之相關優惠措施，以吸引製作團隊來台順利拍攝，加強與各地資金、電影人才之合作。

附註

註 1：參考本屆[電影節官方網站](#)，[全程實錄](#)；[德國之聲網站](#)

註 2：參考搜狐網新聞；<http://yule.sohu.com/20130425/n373994805.shtml>2013-4-25
<http://roll.sohu.com/20140421/n398591746.shtml>

註 3：同註 1。

附件 1-出席廠商與單位名單

本屆報名廠商計有發行製作公司 18 家、後製公司 4 家以及影委會及其它單位 4 家，總計為 23 家，(排序按筆劃)

(一) 發行製作公司

本萃電影有限公司
先映國際媒體有限公司
光在影像股份有限公司
吉時娛樂股份有限公司
佳映娛樂國際股份有限公司
青睞影視製作有限公司
哈客傳媒有限公司
英屬維京群島商高捷全球開發有限公司
原創娛樂股份有限公司
偶動漫娛樂事業股份有限公司
得藝國際媒體股份有限公司
睛典文化映像有限公司
漢樑傳播有限公司
說說唱唱文化事業有限公司
緯睿國際股份有限公司
龍祥育樂多媒體股份有限公司
曜陽光電影製作有限公司
藝達晨影業文化有限公司

(二) 後製公司

本覺創意有限公司
台北影業股份有限公司
砌禾數位動畫有限公司
兔將創意影業股份有限公司(自於展場 2F 設攤)

(三) 台北市電影委員會