

出國報告（出國類別：考察）

2015 年「香港國際影視展」
(Hong Kong International Film and TV
Market : FILMART)
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：副局長許淑萍

視察陳欣欣

科員鄭梅君

派赴國家：香港

出國期間：104 年 3 月 22 日至 3 月 25 日

報告日期：104 年 4 月 24 日

摘要

香港國際影視展(Hong Kong International Film and TV Market：FILMART)為全球第二大國際影視交易市場，除提供國際影視業者買賣交易平台，並規劃有多項周邊活動，包含主題論壇、研討會、特映發布會、年度計畫發表會等活動，有效促成發行製作、版權販售、影視融資、協拍場地等跨國合作，每年吸引來自世界各地買家、發行商、製片、投資者及影視相關人士齊聚一堂，提供參展人士掌握市場脈動、吸收新知及交流互動機會，且隨著近年華語影視內容市場蓬勃發展，香港影視展實為我國影視產業推展海外市場重要活動。

本局職司影視產業輔導及行銷推廣，為展現本局對於推動影視產業邁向國際之重視，本次由許副局長與廣電組、電影組同仁，及國內 62 家影視業者赴港參展，期提升臺灣影視內容能見度，擴大影視產品海外銷售成績。並於赴港期間拜會香港影視相關單位，包含香港貿發局、香港電台、TVB 及電影特效製作公司等，期透過雙方互動交流，拓展我國國際影視人脈。

※目次

壹、前言.....	P.3
貳、行程安排及參訪議題.....	P.4
參、參展心得.....	P.18
肆、建議事項.....	P.22
附件一HAF(亞洲電影投資會)介紹.....	P.24

壹、前言

香港國際影視展(Hong Kong International Film And TV Market : FILMART)為全球第二大國際電影交易市場，亦為亞洲地區影視娛樂產業首要交易場域，每年均吸引世界各地影視買家、發行商、製作公司、投資者等影視相關人士參加，期間並有多項週邊活動，包含主題論壇、研討會、特映發布會、年度計畫發表會等多樣內容，提供影視人士掌握市場訊息、吸取新知、經驗分享、技術交流及拓展人脈之平台，亦為臺灣影視作品立足亞洲、拓展國際行銷年度重點活動。而為協助台灣業者推展海外市場，增加國際能見度，本局延續多年赴港參展經驗，亦於本屆影視展中設置台灣館展位，提供臺灣業者與國外投資方交易媒介之平台。

在香港國際影視展舉辦期間，同期舉行的「第 39 屆香港國際電影節」亦於 23 日開幕，今年電影節焦點影人為集導演、監製、演員多重身分於一身的張艾嘉女士，不僅其所執導新作《念念》獲選為開幕片，主辦單位更精選《少女小漁》、《心動》、《山中傳奇》等 13 部導演過去執導或演出的作品進行放映，另外包含張作驥導演《醉·生夢死》、萬仁導演《車拼》、蔡明亮導演《青少年哪吒》及《美好 2015》短片合輯、傳記式紀錄片《音樂家周藍萍》、太陽花學運紀錄片《太陽·不遠》、金馬五十紀錄片《那時·此刻》及陳永棋導演《跳下去·活下來》亦於電影節期間進行放映。此外，俞聖儀導演《台北夢幻媽媽》電影計畫入選 HAF(香港亞洲電影投資會)，並獲得 HAF/Fox 大獎殊榮，足見臺灣影視作品已受到國際肯定。

本局此次由許副局長淑萍與廣播電視組陳視察欣欣及電影產業組鄭科員梅君一行，於 3 月 22 日至 25 日赴港參加「香港國際影視展」，本次參訪行程主要目的如下：

(一) 整合臺灣電影及電視資源，齊心推廣臺灣影視佳作，提供國內業者與國際參展人士交流互動平台。

(二) 舉辦臺灣影視酒會，為臺灣影視作品宣傳造勢。

(三) 拜會香港影視重要單位，厚植我國際影視人脈，並促進雙方未來合作交流契機。

貳、行程安排及參訪議題

一、3月22日

許副局長與廣電組陳視察欣欣及電影組鄭科員梅君等一行3人赴港，抵港後即前往會展中心勘察台灣館佈置情形及確認佈展相關細節。

二、3月23日

本日為香港影視展開幕首日，參訪團一行上午先至臺灣電影館及電視館向國內參展業者致意，並於下午由許副局長主持臺灣影視酒會，後續參加香港影視娛樂博覽開幕典禮，本日行程簡述如下：

(一)至臺灣館向國內參展業者致意

香港國際影視展今年邁入第19屆，總計有30多個國家地區，超過780家業者參展，其中阿拉伯聯合大公國及拉脫維亞等地業者更為首度參加。今年參展買家人數再次創下歷屆紀錄，總計超過7,100名買家參與，較去年增加約6% (註1)。而香港影視展以參展商數目而言，為亞洲首要影視娛樂交易市場，更為全球第二大影視交易場域，僅次於法國坎城電影市場展，影視展期間不只提供商貿平台，更舉辦多項主題研討會、新片發布會、廠商年度計畫記者會等活動，呈現展會豐富多元內容。

香港國際影視展為國內業者推展國際市場重要活動，本屆總計62家業者參展，為協助國內業者拓展海外版圖，本局於展會期間設有180平方米的臺灣電影館及臺灣電視館，提供業者運用，各展館設有一螢幕輪流播放參展影片片花，前方設有本屆參展業者名單，並有專區提

供業者放置影視作品 DM。

本屆展館位置相較於去年更佳，正對著出入口，且以鮮明色系作為展館視覺色調，上方並懸掛有醒目標示，利於參展人士一進會場即可看到臺灣展館，現場並安排多位工作人員，提供國內業者協助，並擔任引薦國外買家及推薦臺灣影視作品的工作。許副局長於 23 日上午至展館向參展業者致意，並與業者進行交流，聽取相關建議。本屆臺灣業者參展情形簡述如下：(註 2)

1. 本屆參展商共計 62 家，參展人數計 135 人，包含 35 部已發行電影作品、15 部預售作品及電影計畫，以及 45 部電視節目參展，合計作品數 95 部(表 1)。電影館仍以劇情片為大宗，電視館則以戲劇作品為主(表 2)。

表 1 我國參展業者家數統計表

	電影參展商	電視參展商	買家參觀商
出席家數	41 家	21 家	181 家
參展人數	77 人	58 人	237 人
參展影片	50(含已發行、預售作品及電影計畫)	N/A	N/A
參展電視節目	N/A	45	N/A

表 2 本次參展作品類別統計

電影館		電視館	
劇情片	30	戲劇類	30
紀錄片	4	綜藝類	7
動畫片	1	音樂類	1
預售作品/電影計畫	15	行腳類	3
		紀錄片類	4

共 50 部

共計 45 部

2. 電影館海外買家部分，主要吸引來自日本、韓國、香港、新加坡、美國、歐洲等地業者，銷售型態包含電影發行、新媒體、航空版權、DVD 發行及電視節目版權等，且有國外影展單位與臺灣業者接洽。
3. 電視館除手冊收錄作品外，亦有推出部份公司其他舊作，銷售對象包含日本、新加坡、馬來西亞、越南、柬埔寨、印尼、中國大陸、香港、澳門及歐美等地業者，銷售類型包含電視版權及新媒體平台。



台灣電影館整體色調以橘黃色為主，象徵台灣鮮明活潑形象。

台灣電視館則以不同色塊，代表電視作品豐富元素。



電影館內部

電視館內部



許副局長赴會場向參展業者致意，並聽取相關建議。

(二) 主持 2015「臺灣影視酒會」

為整合臺灣影視資源，並達成政府攜手業界推廣台灣影視作品之目的，本局於 23 日下午 2 時在香港會展中心舉辦臺灣影視酒會，邀請八大電視《終極一班 4》、《終極惡女》演員 SpeXial 及曾沛慈、電影《台北愛情捷運》導演葉天倫、監製葉丹青、入圍本屆 HAF 電影計畫《台北夢幻媽媽》監製陳寶旭、電影《車拼》製片范健祐、《念念》演員張孝全及柯宇綸等人出席酒會，齊為台灣影視作品宣傳造勢。

酒會現場聚集上百位國際參展人士，許副局長於致詞時首先給予在場業者支持及肯定，感謝影視界人士的持續創作，讓台灣影視作品持續在世界發光發熱，亦展現臺灣影視界擁有源源不絕的創作能量及活力；本次整合國內多家電影及電視業者參與香港展會，期提供更多樣化的華語影視作

品，希望透過影像媒介的力量，將臺灣自由、活潑、豐富多元文化價值及特色傳遞給大家，也期望藉由本次參展，成功促進國內及海外影視產業更多交流合作機會。

台北經濟文化辦事處處長嚴重光亦出席酒會，嚴處長表示，臺灣電影擁有獨特韻味及融合在地文化，相當受到海外觀眾歡迎，而臺灣電影近幾年的亮眼表現，從《海角七號》、《那些年，我們一起追的女孩》，到去年的《KANO》、《大稻埕》、《等一個人咖啡》及今年的《大囍臨門》，有效帶動文化藝術的交流及觀光產業發展，提升臺灣品牌形象，相信未來台灣影視產業將持續有更輝煌燦爛的表現。

酒會現場除國內影視業者代表，並有來自澳洲、加拿大、中國大陸、香港、澳門、捷克、法國、德國、匈牙利、義大利、日本、韓國、馬來西亞、菲律賓、新加坡、瑞士、英國、美國、越南等地影視業者、影展單位嘉賓出席，包含英國電影協會、加拿大溫哥華國際影展、多倫多國際影展、捷克卡羅威瓦利國際影展、上海國際電影節、法國在臺協會、日本 UNIJAPAN、東京電影節、韓國釜山國際影展等單位，現場氣氛融洽。



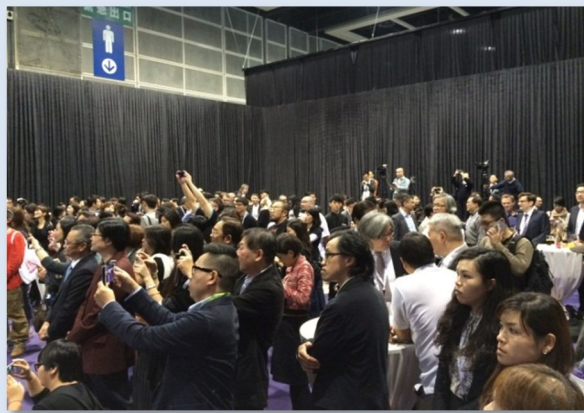
後排左起演員柯宇綸、張孝全、曾沛慈、本局副局長許淑萍、台北經濟文化辦事處處長嚴重光、光華新聞中心主任盧健英、導演葉天倫、監製葉丹青、製片范健祐、監製陳寶旭、前排 SpeXial，一同出席臺灣影視酒會為臺灣作品宣傳。



許副局長於酒會現場致詞



八大《終極惡女》及《終極一班 4》參展演員曾沛慈及 SpeXial 受訪



臺灣影視酒會現場



酒會現場舉杯儀式

(三) 參加第 11 屆香港影視娛樂博覽開幕典禮

香港影視展娛樂博覽為香港影視音盛會，結合香港國際影視展 (FILMART)、香港國際電影節(HKIFF)、第 34 屆香港電影金像獎頒獎典禮 (HKFA)、香港亞洲電影投資會(HAF)、香港亞洲流行音樂節(HKAMF)、IFPI 香港唱片銷量大獎、第二十屆 ifva 獨立短片及影像媒體節、第 8 屆數字電影效果高峰論壇、數碼娛樂論壇、電視世界國際論壇等 10 項活動，本屆舉辦日期自 3 月 23 日至 4 月 19 日止，今年持續以「全城投入，全情支持 (Get into the Scene)」為活動號召，邀請民眾一起參加娛樂界盛事，並推動「睇(看)好戲，享優惠」計畫，與香港當地業者合作提供消費優惠方案。

開幕典禮包含香港貿發局影視娛樂業諮詢委員會主席黎筱媯、香港特區政府財政司司長曾俊華及影視娛樂大使黎明等人出席，儀式隆重，貴賓

於致詞時表示，香港娛樂博覽為亞洲大型創意產業活動，也是香港對外宣傳重要管道，期間匯聚世界各國的影視製作業者、發行商及投資者赴港，亦為國際間影視產業重要交流平台，並有豐富多樣的活動，希望民眾也能多加支持及參與。(註 3)



香港影視娛樂博覽結合影視音多項活動，本屆持續以「全城投入，全情支持」作為號召。



香港影視娛樂大使黎明歡迎民眾踴躍參與。



香港影視娛樂博覽宣傳立牌。



本屆影視娛樂博覽與香港當地商家合作，提出「睇(看)好戲，享優惠」方案，吸引民眾參加。

三、3月24日

參訪團本日拜會香港重要影視單位，分別於上午拜會香港電台，下午則赴會場 TVB 展館參觀其新媒體系統，並於其後參觀位於將軍澳 TVB 電視城，茲簡述參訪情形如下：

(一)拜會「香港電台」

為進行廣播產業交流，本日上午赴香港電台進行參訪，拜會機構傳訊及節目標準總監伍曼儀女士等人。伍總監首先就香港電台現況進行介紹，香港電台是香港唯一的公營電台，肩負公共廣播之使命，除與政府部門合作政策宣導之外，其新聞報導準確性及公信力也具有相當水準，近年更基於既有優質廣播電台之優勢，擴展至電視和新媒體領域，期許達成有助社會融合、社群關顧、人才培育、文化推廣等多重目的。

香港電台共直播 12 個頻道，並藉助新媒體傳播管道，提供電台節目影像片段、最新新聞、交通消息及天氣圖像等內容，聽眾亦可透過 APP 重溫半年內的電台節目和欣賞精華短片。此外，電台也透過社群媒體如 Facebook 及 Twitter 等，加強與聽眾互動。

香港電台去年(2014)更創新服務，推展至電視經營，目前正試播中，其擁有 3 個攝影棚，由試播初期的每天 2 小時，現已增加至今每天 6 至 8 小時，期許未來能達每天 12 至 24 小時目標。

自 2013 年始，香港電台執行「社區參與廣播服務計畫」走入社區，除提供時段之外，並提供廣播素人於廣播製播之專業輔導，三年來已播出近 80 個由社區人士或團體製作之節目，且相當受到聽眾喜愛。香港電台並積極與世界各國廣播頻道合作，例如相當受歡迎的「全球歌曲排行榜」節目，則是與世界 7 個地區廣播電台共同合作的音樂節目。

香港電台目前聽眾仍以年長者居多，如何走出廣播新路線，尋找新聽眾是未來努力的目標，香港電台要求員工全方位自我充實，除聲音表達之外，也要兼具電腦運用、製作動畫等視訊技巧。



本日拜會香港電台，雙方就廣播產業發展進行交流。

(二)拜會 TVB 國際業務部總監何平先生及參觀 TVB 電視城

無綫電視(TVB)創立於 1967 年，是香港首間商業無線電視台，因為是首家取得無線電視牌照的香港電視台，故一般香港人常稱呼該公司為「無綫電視」或「無綫」。至今是香港收視率最高、影響力最大的無線電視台。

TVBI(電視廣播國際有限公司)是 TVB 旗下的專責營銷及發行 TVB 節目，擁有 TVB 節目的獨家發行權，並將大部分節目配上英語及多種亞洲語言，供全球各地華人觀眾收看。節目含括電視劇、紀錄片、時事論談、音樂特輯、綜藝及資訊等各類型，業務版圖遍達中國大陸、澳門、台灣、新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、越南、柬埔寨、寮國、緬甸、日本、韓國、澳洲、紐西蘭、歐洲、北美、南美以及非洲等地，發行遍佈至海外 40 多個國家及 100 多個城市，覆蓋全球超過 3 億戶為全球華人觀眾提供服務。

此次於香港會展中心 TVB 展館拜會國際業務部總監何平先生，何總監就 TVBI 在海外行銷代理模式作介紹，分為以下兩種類型：

1. B to B (Business to Business)模式

主要在東南亞市場，大多透過代理商行銷節目，並與代理商發展長久且專一的合作關係，利用帶狀節目的播出、帶藝人打廣告等市場行銷策略，打出 TVB 電視節目品牌。

2. B to C (Business to Customer)模式

TVB 在美國、歐洲、澳洲則採取直接在當地設立公司方式，開始是觀眾透用小耳朵接收衛星有線電視模式。

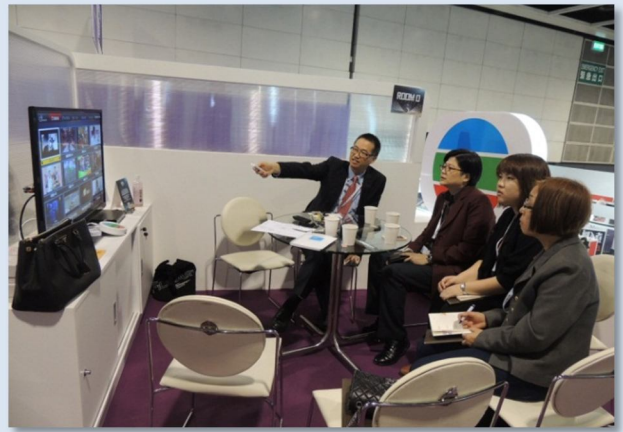
此外，因應香港電視市場急遽變化，各電視台廣告都出現明顯衰退現象，TVB 亦調整經營方向，嘗試利用新的營運模式拓展新方向。目前積極發展的機上盒業務，讓客戶透過 TVB 的機上盒，可以收看多達 60 個世界電視頻道，觀看各類型戲劇或綜藝節目，更可與各國家即時同步播出。而此種機上盒推翻過去透過衛星傳輸及小耳朵接收方式，只需利用網際網路電信系統即可收看，傳統電視的國界也因此逐漸消失。

機上盒同時有助延長節目行銷壽命，因為不僅可直播各國的即時電視節目，也可以點選欣賞過去影片，另外，大數據(BIG DATA)的回饋機制，可蒐集當地觀看節目的資訊，了解觀眾群的收視習慣及偏好，有助後續行銷策略的研擬。

於影視展展場拜會完 TVB 後，隨後前往位於將軍澳 TVB 電視城，園區占地面積逾 11 萬平方米，包含行政大樓、室內大型攝影棚及衛星地面站外，並有佔地約 1 萬 4,000 平方米外景拍攝場地，搭建古代及民初時期建築樣式，提供電視劇拍攝使用。



於影視展會場 TVB 展館拜會 TVB 國際業務部總監何平先生



除進行電視節目行銷經驗交流外，並介紹其新媒體發行系統



位於將軍澳 TVB 電視城，園區內規畫大面積電視劇拍攝場地，包含古裝場景(如寺廟、城樓、店舖)及民初街道，提供電視劇集拍攝場景。

四、3月25日

本日先行拜會香港國際影視展主辦單位香港貿發局，與服務業拓展總監古靜敏女士進行會面，雙方就展會事宜進行交流；而後為了解香港後製產業發展，赴香港後製公司一昇飛國際數碼特效製作有限公司拜會創辦人黃宏達先生。

(一) 拜會香港貿發局服務業拓展總監古靜敏女士

香港貿發局成立於 1966 年，為香港推展對外貿易的官方機構，於海外地區設有 40 間辦公室，為香港製造商、服務業及貿易商提供服務。每年除辦理大型商貿展會活動及考察團，並定期發行雜誌刊物、研究報告，以及經營網站及手機 APP 程式，不僅協助香港當地企業對外貿易發展，亦提供全球廠商最新產業資訊及推廣產品，為全球產業鏈貿易重要交流平台，促進經貿發展。

古女士首先就本次台灣組團參展表達歡迎之意，並就香港影視展及貿發局常年經營展覽活動作經驗分享，目前華語影視作品市場越現蓬勃，香港影視展扮演進入亞洲市場關鍵角色，每年均吸引各國買家及參展商參與。香港影視展整合業內電影、電視、後製及數位娛樂等多元內容，作為國際間影視活動重要交流平台，並結合香港國際電影節及 HAF(亞洲電影投資會)之香港娛樂博覽，不僅促成業內專業人士交流，更以全城動員的方式吸引大眾投入參與，此次推出與香港當地零售、餐廳業者合作提供優惠方案，以結合商貿及觀光方式，促進產業雙贏。影視展也持續提供更多樣化更直接的商貿服務，尤其影視作品係屬創意產品，因應當代媒體發展日新月異，影視展已不僅作為一國際商貿平台，更舉辦多場論壇及研討會活動作相關議題之探討，例如本屆就有多場討論影視音與新媒體串流及發展之主題活動，並邀請多位國際嘉賓進行演講分享，進行跨國經驗及技術交流。

貿發局考量影視作品行銷涉及跨國版權販售，展會期間並設有知識產權服務中心，提供業界人士國際間版權交易法律諮詢服務；另外設有展覽服務部，提供各參展單位有關展館設計及搭建的客製化服務，針對展館的設計理念溝通討論，提供參展商更為實質之助益。在詢及如何評估展會活動執行效益之問題時，渠認為商貿活動並非一蹴可幾，且廠商基於商業機密，因此很難有真實交易數據完整呈現展會效果，而就多年來展會籌辦之經驗，認為或可觀察相同業者是否仍於明年度持續參加，以作為展覽成功與否之關鍵指標，因為當業者願意再度參展即代表活動具商機，而提供商機即是商貿展會舉辦之重要目的。最後，期許未來與台灣持續合作，為影視業者提供更多協助。



拜會香港貿發局總監古靜敏女士等人，雙方就佈展經驗進行交流。

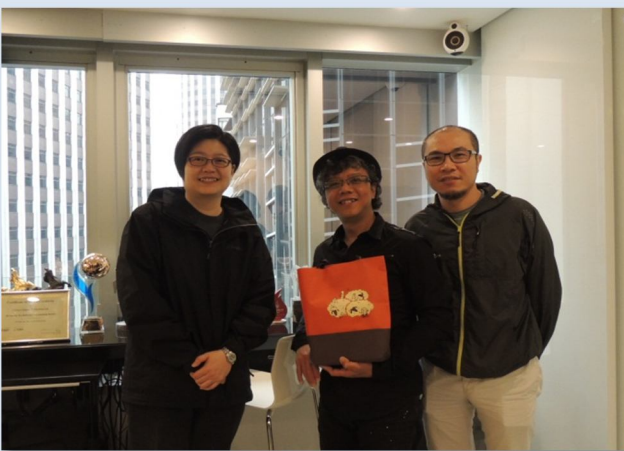
(二) 拜會昇飛國際數碼特效製作有限公司創辦人黃宏達先生

鑒於國內特效後製產業正持續發展及跨國合作型態日益增加，此行亦安排拜會香港知名特效公司—昇飛國際數碼特效製作有限公司創辦人黃宏達先生，以了解香港後製產業發展現況。黃宏達先生為香港影視後製產業界專業人士，曾參與臺港多部電影及廣告特效製作，如《新警察故事》、《頭文字 D》、《不能說的秘密》等作品皆曾獲金像獎或金馬獎殊榮，今年並以《黃飛鴻之英雄有夢》再次奪得香港電影金像獎，顯示其團隊特效視

覺技術備受肯定。

本次拜會行程先至視聽室欣賞該公司特效作品，並由黃宏達創辦人進行說明，除展示房地產廣告及電影特效外，另有改編自畫家徐悲鴻作品《駿馬圖》的香港馬會 2014 年賀年廣告，該作品結合水墨畫作及數位影像，由原本平面畫作，保留水墨風格意象，同時亦將馬匹生動姿態及躍然神采透過動畫影像傳遞給大眾，而後並分享該公司所製作在地鐵站與民眾進行互動的影像遊戲，呈現特效運用之不同面貌，渠表示後製技術的運用是相當豐富多元，並非侷限於影視產業，是可在不同產業間彼此應用連結。而後製技術也是需不斷精進的一門課程，除了設備的更新，也需持續發想新的視覺技術內容，希望能帶給觀眾創新的視覺饗宴，並結合在地人文特色，將亞洲文化的元素應用於特效製作。

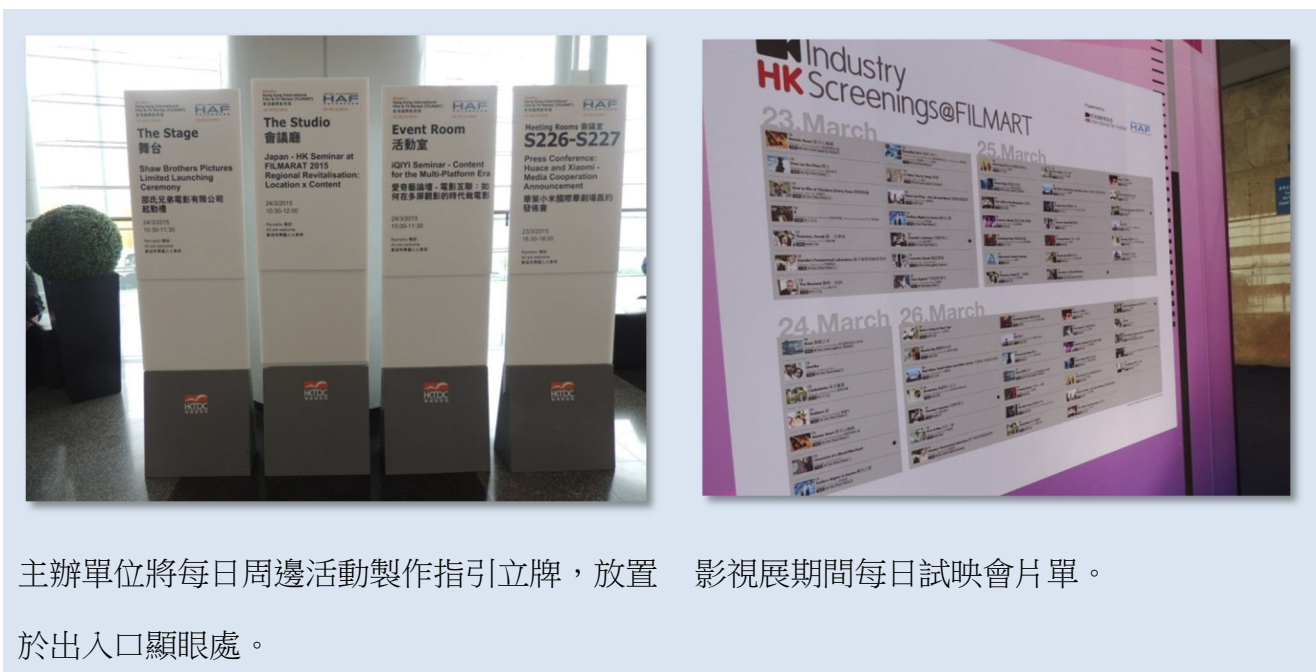
創辦人亦肯定臺灣後製技術能力，表示常有與臺灣後製團隊合作經驗。也提到後製技術不僅倚賴電腦技術的運用，藝術美感發想能力也是相當重要，例如當時在製作馬會賀年廣告期間，就需花時間去探究畫作當時的背景、揣摩心情及尋找可資運用特效元素，這都是需要經驗的累積及長時間的培養及訓練，因此現在也開始走進校園作推廣活動，不僅帶領學生認識後製技術，也鼓勵學生從事藝術創作發想，培養美學涵養及興趣。



拜會昇飛國際數碼特效公司創辦人黃宏達先生，與香港後製產業進行交流。

參、參展心得

- 一、 香港以其國際化特色，為世界各國進入亞洲市場之重要樞紐，因此展會期間有較多機會與歐美各地區業界人士交流互動。相較於亞洲地區其他影視展，香港國際影視展係一行之多年的影視展，包含豐富多樣內容，如主題論壇、影片放映會、新片發布會、簽約合作發布會、記者會、酒會、交流會等周邊活動，提供參展人士參與。未來可善加利用大會所提供豐富資源，例如提供臺灣業者試映會報名資訊，並協助於臺灣館相關文宣露出，以爭取台灣影視節目更多亮相機會。



- 二、 有關本屆香港影視展，本局係委由財團法人中華視聽傳播基金會籌辦參展事宜，包含自行參展部分，本屆總計 62 家台灣影視業者參加，承辦廠商蒐集近二年臺灣影視作品，彙編製作電影及電視節目目錄手冊發送使用，且為達宣傳效益，於展場、大型燈箱及展會期間雜誌特刊發布形象廣告，吸引國外參展人士前來。而本屆臺灣影視酒會，主持人輔以英文進行，有利外國人士掌握活動流程，惟舉辦時間離午餐時間較近且於第一天下午，對國內業者主動邀請潛在買家出席之機會造成影響，考量影視酒會目的為促進國際間業內人士交誼，並為臺灣影視作品宣傳造勢，未來如有機會應可

擇至第二天辦理，期將獲得更大效益。



於展館上方佈置顯明標示，利於買家識別。



於會展中心大堂設置燈箱廣告。



安排工作人員協助國外參觀人士諮詢服務。



現場提供各參展業者作品 DM 供參觀人士自由索取。

三、就本屆臺灣影視館展館設計部分，因服務台後方無牆面阻隔，且展館高度較高，與去年相較整體視覺更為開闊，另考量參與業者家數眾多，故規劃有充足 DM 放置空間，並提供置物櫃利於業者使用。而參考比較其他國家館展位設計，多延續去年各館設計風格及色調，簡單兼具層次感，且影視展為常年舉辦，相同色調更利於參觀人士識別及引起注目，臺灣館於未來設計時，應可擇前一年同一色系或意象作延伸設計，或與年度內柏林、坎城、釜山等影視展結合，以相同設計元素呈現臺灣館形象，取異中求同之

視覺效果。茲將 2014 年及 2015 年各國家館設計比對如下：

國別/年度	2014	2015
美國	 <p>The 2014 American Pavilion booth features a prominent red wall with the text "American Pavilion" and "AMERICAN FILM MARKET & CONFERENCES". The booth is furnished with a black sofa, a table, and several potted plants. A person is seated on the sofa, and another person stands near the table.</p>	 <p>The 2015 American Pavilion booth has a similar red wall design but includes a white reception desk and a small table with chairs. The text "Independent Film & Television Alliance" is visible on the wall. A person is standing at the desk, and another person is seated at the table.</p>
法國	 <p>The 2014 uniFrance films booth is a large, white, angular structure with a prominent "uniFrance films" logo and the Chinese text "法國電影聯盟". It features a wall with various film posters and logos, including "m2" and "Vide". A person is walking through the booth.</p>	 <p>The 2015 uniFrance films booth is a large, white, curved structure with a prominent "uniFrance films" logo and the Chinese text "法國電影聯盟". It features a wall with various film posters, including "UNE HEURE DE TRANQUILLITE" and "BEING 14". A person is seated at a table in the booth.</p>
韓國	 <p>The 2014 KOFIC booth features a large, white, curved structure with a prominent "KOFIC" logo and the text "Korean Film Council". It includes a wall with various film posters and logos, including "INDIESTORY Inc." and "UNITED PICTURES". A person is seated at a table in the booth.</p>	 <p>The 2015 KOFIC booth features a large, white, curved structure with a prominent "KOFIC" logo and the text "Korean Film Council". It includes a wall with various film posters and logos, including "KOFIC (Korean Film Council)". A person is seated at a table in the booth.</p>



另臺灣館此次因現場佈置洽談桌椅過多反衍生動線不良之問題，未來應可加以改善，活用展館內部空間或設計具隱蔽空間強化商業洽談功能，而展位牆面未來可有更多整合宣傳設計或改以大幅海報版面呈現方式，相信將更能吸引海外買家目光。

四、 透過本次參訪香港影視單位，就新媒體部分進行討論，可知傳統媒體(如電視、電台)已面臨新媒體之挑戰，運作模式已不再侷限於傳統方式；新媒體的崛起，讓我們看到既有影視產業之轉變，代表訊息傳遞管道更為多樣化，影視作品更跨越國界的藩籬，而觀眾的角色也不僅是單純的閱聽者，反之，透過資訊的反饋，製作方將可更了解觀眾的喜好、收視習慣及意見，掌握觀眾的需求。

五、 香港影視展期間，同時舉辦 HAF(香港亞洲電影投資會)電影融資媒合活動，從展會入口的買家報到處及媒合洽商報到處的人潮，足以說明 HAF 在電影計劃市場受到影視業者之肯定。鑒於本局「台北電視節」將轉型為以買、

賣家一對一媒合及論壇為主的「2015 台北電視內容交易、創投媒合會」，透過本次參展觀摩 HAF 在展會前的規畫、展會現場的呈現以至展會結束的整合等相關內容應可為借鏡做為參考。茲將 HAF 相關簡介及辦理方式資料整理如後附件。(註 4)

肆、建議事項

一、 持續邀請後製業者參與香港影視展活動

香港影視展為亞洲首要影視交易市場，參與對象包含發行製作、版權販售、協拍場地及後製技術等多方業者。近年台灣後製技術水準發展越趨成熟，惟該產業之發展及技術之精進亦需倚賴足夠的案源及市場支持，爰此，未來應可持續邀請國內後製業者參與，促成更多電視、電影及廣告等多媒體影像合作之機會。另就本次參訪過程中，有關提及後製人才需長期培養之部分，未來本局亦將持續補助辦理人才培育活動，為臺灣後製產業厚植人才。

二、 展館內部空間設計應更具靈活度及實用性

本屆佈展原顧及參展業者家數眾多，故於現場佈置充足桌椅，雖立意良善，但卻造成過於擁擠及動線不良之問題，未來內部空間設計應更具靈活度及實用性。且壁面設計可再強化影展期間相關資訊露出，如試映會及電影節展映時間表，或者以巨幅海報呈現作品，不僅更為吸睛，更可提供劇組藝人於宣傳時做為受訪背景使用，將更具宣傳效益。

三、 香港影視展結合週邊活動可作為本局辦理相關展會活動之參考

「2015 台北電視內容交易、創投媒合會」係以買、賣家一對一媒合為主的商業展會，若能參考香港影視展的運作模式，將電視產業相關主題加以融合，例如舉辦論壇等，除可有助業者進行媒合，提升交流合作機會之外，更提供參訪者吸收專業新知及促進相關經驗交流，使活動更具全面性效益。

- 註 1：有關本屆香港影視展相關數據資料，參閱官方網站發布新聞稿內容。
- 註 2：本屆臺灣館參展數據內容，係參閱承辦廠商財團法人中華視聽傳播基金會結案報告。
- 註 3：有關香港影視娛樂博覽活動相關資料，參閱官方網站發布新聞稿內容。
- 註 4：有關 HAF 相關資料，係彙整其網站及現場發布文宣資料內容。

HAF(香港亞洲電影投資會)介紹

一、HAF背景

HAF是香港亞洲電影投資會(Hong Kong-Asia Film Financing Forum)簡稱，由香港國際電影節協會辦理，成立宗旨與台灣的「金馬創投」相仿。

HAF自2000年起辦理，今年為第13屆，本屆全亞洲約有300多個計畫提出申請，計有28項入選「HAF電影計劃」以及3項計劃入圍「HAF/Fox華語電影開創大獎」。隨著逐年遞增的申請計畫案，HAF不但提供國際電影業有效的融資平台，也因為歷年入選計畫不論在參展、提名，或得獎紀錄，都備受肯定，因此奠定了HAF在亞洲區內重要電影計畫市場的關鍵角色，其中，國人熟知的有蔡明亮《天邊一朵雲》(2000年)、林靖傑《最遙遠的距離》(2003年)、李康生《幫幫我愛神》(2006年)、侯季然、沈可尚、陳玉勳《茱麗葉》(2008年)、魏德聖《賽德克巴萊》(2009年)、鍾孟宏《失魂》(2011年)、陳駿霖《明天記得愛上我》(2012年)等，都是歷屆台灣入選「HAF電影計劃」的電影。



二、HAF贊助獎項

每年由HAF評選委員會評選出25至30個人選電影計畫，除可獲得HAF提供導演/製片機票及住宿，參與商貿配對安排之外，另有業者分別贊助資金(如法國香榭麗舍電影節提供至2015巴黎參展機票、愛奇藝/Fox提供獎金)或提供製作配套措施(如泰國G2D、White Light Studio等公司提供後期製作服務)為獎品，並於展會最後一天舉辦頒獎典禮，共同為推動亞洲電影發展而努力。

三、HAF媒合作業流程

(一)展會前：

HAF自前一年7、8月始，即於網路公開接受申請，經評選委員會評選，2月初新聞稿公布入選名單。

(二)展會現場：

HAF為30個人選計畫安排個別會議與合適之來賓洽商，採小圓桌、一對一方式，並提供免費寬頻上網服務，原則上，每家會面以半小時為限，若仍

須洽談則由其另行安排。事前即於網路開放予參訪者預先登記，由HAF會事先提供會面日程表予30個人選計劃。

若參訪者無事先預約，則於展場登記處登記排隊入場，採先到先得之形式。登記處位於展場入口處，明顯的HAF的廣告相當吸引參訪者注意，現場登記時間開放至展會結束前半小時，登記情形相當踴躍，另HAF亦安排工作人員在現場提供諮詢服務。

HAF於現場提供「電影計劃集嘉賓通訊錄」，介紹30個人選計劃，除包括影片類別、長度、故事大綱、導演、監製、製作公司簡介及聯絡窗口等基本資料之外，另外的「參與HAF目標」(籌集資金/聯合監製/賣片代理/片花買家)、「預計投資金額」、「已籌集資金」項目，提供參訪者相當詳細資料。

(三)展會結束

以網路問卷方式，彙整績效。

四、HAF媒合內容

媒合內容不拘，可以是初步溝通，抑或是版權交易、基金挹注或技術合作等項目。HAF係提供片商及投資者溝通交易平台，透過此見面洽商的基礎，提高遇到合作夥伴、發展商務關係及新合作模式的可能性，對計劃案的拍製有相當大助益。

值得一提的是，今年開啟一項新措施，成立「HAF資料庫」，將歷年入選計劃案之資料上載至HAF網站，讓被允許的HAF投資者得以隨時搜尋項目，資助電影工作者。