

出國報告（出國類別：開會）

2018 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：主任秘書潘舜昀

專員張嘉玲

科員鄭梅君

聘用行政專員何孟儒

派赴國家：香港

出國期間：107 年 3 月 18 日至 3 月 21 日

報告日期：107 年 4 月 18 日

摘要

香港國際影視展(Hong Kong International Film and TV Market，簡稱 FILMART)為亞洲地區年度第一個重要影視盛會活動，每年吸引世界各地製片、投資者、發行商及影視相關人士齊聚，為亞洲地區首要交易媒介平台，亦為我國影視產業重點行銷場域。

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，會展期間於台灣館內設置「Taiwan Cinema」及「Taiwan Television」二大主題展館，集結國內 57 家影視業者參展，更有包含多家後製特效團隊參與。本屆由本局潘舜昀主任秘書率領電影及電視組同仁赴港參展，齊力將本國優質作品推向國際、開拓國際市場、提昇產業全球競爭力，並參與影視周邊論壇，汲取國際影視產業發展最新動態。例如有關「影視國際發行及行銷」、「電視世界國際論壇」、「VR/AR：動畫產業發展」等議題，以汲取國外影視專業人士經驗及建議，作為未來相關政策規劃參考。

目次

壹、前言.....	P.4
貳、行程安排及參訪議題.....	P.6
參、參展心得.....	P.27
肆、建議事項.....	P.32

壹、前言

香港國際影視展(Hong Kong International Film and TV Market, 簡稱 FILMART)為亞洲地區年度第一個重要影視盛會活動, 每年吸引世界各地製片、投資者、發行商及影視相關人士齊聚, 為亞洲地區首要交易媒介平台, 成功促進影視融資、發行製作、技術設備、數位娛樂、拍攝場地等多方面跨國合作, 為我國立足亞洲、拓展國際市場重點參訪之活動。

本年香港亞洲電影投資會(Hong Kong - Asia Film Financing Forum, 簡稱 HAF)與香港國際電影節(Hong Kong International Film Festival, 簡稱 HKIFF)與香港國際影視展同一天 3 月 19 日開幕, 入選本年 HAF 之台灣作品係由陳駿霖導演及李耀華監製之電影計劃《買一送一》及黃熙導演與侯孝賢監製和中國大陸合製作品《普通情事》; 而入選香港國際電影節部份, 我國片共有 7 部, 包括《盛情款待》及《小美》入選開幕片單元、《幸福路上》入選超人氣動畫單元、《家在蘭若寺》入選首映禮單元、《紅盒子》入選真的假不了單元、《我是一片雲》入選修復經典單元、《暗戀桃花源》入選華語電影單元。

我國近年均於 FILMART 設立台灣館, 於台灣館內設置「Taiwan Cinema」及「Taiwan Television」二大主題展館, 提供本國電影及電視業者與國外買家交易媒介平台, 並由本局率團帶領本國影視業者及影視作品赴港參展。本年本局率 57 家業者及其影視作品參展, 另為協助台灣影視業者海外行銷, 本局於展會開幕首日下午舉辦「台灣影視作品推廣會活動」, 以期增加台灣影視作品能見度, 再創影視銷售佳績, 開拓我國影視作品之海外市場版圖。

此次參展由本局潘主任秘書舜昀及電影組同仁鄭梅君、何孟儒及廣電組同仁張嘉玲一行, 於 3 月 18 日至 21 日赴港參加「香港國際影視展」, 本次行程主要的目的如下:

- 一、率領我國影視業者參加影視展, 齊力將本國優質作品推向國際。

- 二、結合各市影視協拍資源於展館內推廣，以活絡我國電影產業及觀光事業。
- 三、協助影視業者開拓國際市場、提昇產業全球競爭力。
- 四、參與影視周邊論壇，汲取國際影視產業發展最新動態。



本局參訪人員於會展中心之國片廣告燈箱前合影。

貳、行程安排及參訪議題

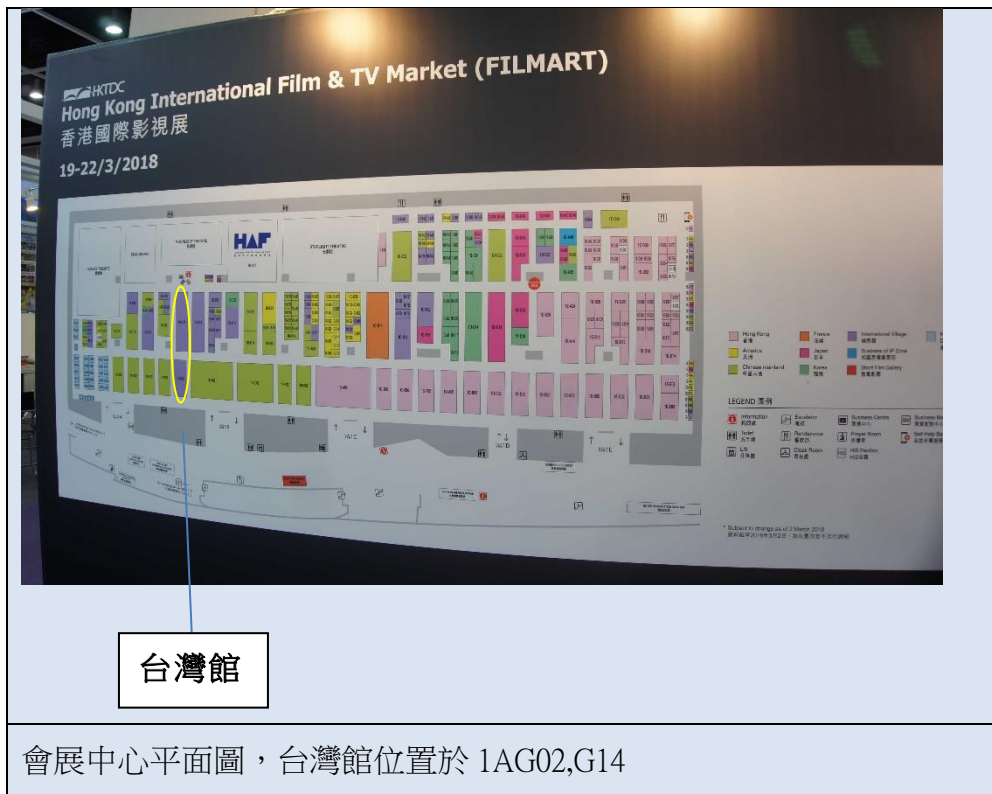
一、2018 年香港國際影視展及周邊活動概況

(一) 香港國際影視展(FILMART)

由香港貿易發展局(香港貿發局)所主辦的第 22 屆香港國際影視展一連四天從 3 月 19 至 3 月 22 日假香港會議展覽中心舉行，為亞洲最具規模的影視業旗艦活動，今年吸引了逾 850 家來自 37 個國家和地區的公司參展，其中哥倫比亞、蒙古、尼日利亞及烏克蘭屬新興市場¹。一如往年，來自美國、加拿大、日本、韓國、印度、泰國、法國、德國、英國和中國等地的參展商繼續在場內設立展館，向全球買家推廣當地最新影視作品。

今年台灣有 57 家影視業者參展，參展人數計 100 多餘人，電影館手冊蒐集近一年的上映作品、包含即將推出的新作、紀錄片、動畫作品及電影企劃參展,總計 41 部、電視館手冊則包含電視劇、綜藝類、動畫類、其他(如 VR)等節目等參展內容計 71 部作品。參展手冊除包含豐富電影作品外,另包含台灣後製業之作品專頁,及首次於手冊中增加台灣重要國內影展專頁介紹,以提供參展人士對我國所舉辦重要影展了解與參考。

¹ 香港國際影視展及周邊活動概況參考 <http://www.eexpohk.com/tc/hkiff.htm>



(二) 香港亞洲電影投資會(HAF)

香港亞洲電影投資會是香港國際電影協會(HKIFFS)的旗艦活動，每年挑選約 30 個電影計劃，並邀請各計劃的導演和製片參與為期三日的投資會，與投資者洽談合作，為亞洲重要的電影投融資平台，歷年致力推動不少優秀電影計劃成功開拍，搬上國際大銀幕。HAF 與香港國際影視展 (FILMART) 同期舉辦，致力與國際夥伴攜手合作，為電影人發掘更多元的機會，主要夥伴包括愛奇藝 (中國)、福斯國際製作 (大中華) (美國)、Cinemart (荷蘭)、Asian Project Market (南韓)、金馬創投會議 (台灣) 及 New Cinema Network (義大利) 等。在創意香港、電影發展基金等機構的資助下，投資會設立現金及非現金獎項，總值約十五萬美元。曾參與 HAF 的電影人包括來自中國的賈樟柯、姜文、陸川及寧浩；香港的陳可辛、關錦鵬、許鞍華、陳果及彭浩翔；我國的蔡明亮、魏德聖、鍾孟宏及戴立忍；日本的是枝裕和、黑澤清、河瀨直美及岩井俊二；南韓的朴贊郁、金知

雲、奉俊昊及林常樹；以及泰國的阿彼察邦·韋拉斯花古、呂翼謀、朗斯·尼美畢達及彭力·雲旦拿域安。

今年台灣由陳駿霖導演及李耀華監製之電影計劃《買一送一》及黃熙導演與侯孝賢監製和中國大陸合製作品《普通情事》入選 HAF，利用這三天投資會的舉辦期間與各地的投資者製片商等專業人士進行會晤，希望藉由本屆 HAF 平台，讓台灣電影人的創作實力受到國際更多關注及肯定。



(三) 香港國際電影節

香港國際電影節創辦於 1976 年，係香港年度最大型的文化活動，每年搜羅來自 55 多個國家，超過 250 部作品，在香港 10 多個主要文化場地上映。電影節期間既有香港及亞洲電影的世界或國際首映，更有國際電影的亞洲首映，每年吸引超過 300 家中外媒體報導，持續成為亞洲舉足輕重的電影發佈及交流平台。

本屆完整入選片單於 2 月 28 日完整公布，電影節安排於 3 月 19 日開幕，其中我國片入選共有 7 部，包括《盛情款待》及《小美》入選開幕片單元、《幸福路上》入選超人氣動畫單元、《家在蘭若寺》入選首映禮單元、《紅盒子》入選真的假不了單元、《我是一片雲》入選修復經典單元、《暗戀桃花源》入選華語電影單元。我國新銳導演— 陳鈺杰執導之《盛情款待》，以及黃榮昇之《小美》於影展開幕雙響炮打頭

陣。蔡明亮執導之《家在蘭若寺》香港首映，蔡導演及演員李康生再度訪港主講大師班，帶領影迷走進虛擬實境，拓展想像疆界。

第 42 屆香港國際電影節國片入選情形			
入選單元	片名	導演	備註
開幕片單元	盛情款待	陳鈺杰	於 3 月 19 日分別首映
開幕片單元	小美	黃榮昇	
修復經典單元	我是一片雲	陳鴻烈	
真的假不了單元	紅盒子	楊力州	
超人氣動畫單元	幸福路上	宋欣穎	
首映禮單元	家在蘭若寺	蔡明亮	
華語電影	暗戀桃花源	賴聲川	

(四) IFVA 獨立短片及影像媒體節

由香港藝術中心主辦，**IFVA** 是一個旨在推廣香港及亞洲獨立影像媒體創作人的搖籃及推手。始於 1995 年，**IFVA** 前名為「香港獨立短片及錄像比賽」，以比賽為平台，歷年來造就了不少本地及國際上舉足輕重的電影及媒體創作人，涉獵的範疇包括短片、錄像、動畫及媒體藝術。本著突破框框的信念和強調獨立精神，**IFVA** 一路蛻變演進，推動各種影像的文化及探索創意媒體的無限可能，除一年一度的比賽和 **IFVA** 節，更著力舉辦「創意策動」及「全民參與」兩大範疇下的各種計劃，旨在承傳獨立精神，連結創意社群。**IFVA** 亦是每年香港影視娛樂博覽的核心項目。

今年臺灣入圍情形:動畫組包含吳中義《漂流日記》、盤思妤《霓虹》
盤思妤、楊詠亘《關於他的故事》；亞洲新力量組包含：曾英庭《高山上的茶園》、洪雅治《觀漁》。

二、行程及參訪內容

(一) 本次赴港行程表

日期	時段	行程內容		
3月18日	下午	抵港後即前往香港會展中心，視察展館佈置情形。		
3月19日	上午	至展館向參展業者致意	參加國片《盛情款待》試映會活動	
	下午	參與「香港影視娛樂博覽2018 啟動儀式」	主辦「台灣影視作品推廣會活動」	
3月20日	上午	參與「紀錄片的國際發行及營銷」研討會	參與「綠燈行動提案會活動」	
	下午	香港國際影視展2018 交流午宴活動	1.參與「電視世界2018 - 開幕典禮暨國際論」 2.參與「TVB 戲劇綜藝發佈會」	參加國片《范保德》試映會活動
3月21日	上午	至展館向參展業者致意	參與「VR/AR：動畫產業發展的新領域」研討會	

(二) 台灣影視館佈展情形

本局為協助影視參展業者洽談空間及台灣館整體視覺意象，近三年均以 180 平方公尺租設台灣館展位空間，經審視 2017 年我國業者參加香港影視展意見及考量我國電影製作業及發行業者歷年均踴躍報名參展，本年由原租用 180 平方公尺，改租用 234 平方公尺之展位空間，較 2017 年擴大為 54 平方公尺，以「Taiwan Cinema」及「Taiwan Television」為主題設置台灣電影館、電視館，展館位置座落於第一、第二排展區，位置編號：電影館為 1AG02，電視館為 1AG14，鄰近會展中心 1B 入口處。分別於入口處各設置櫃台服務諮詢處，展覽期間皆安排工作人員全天候提供業者及買家諮詢服務及發放影視文宣手冊。因展位設於主要通道旁，且為人潮匯流區域，有效吸引來往民眾佇足參觀。

	
<p>電影主題館服務諮詢台前，沿用年度海外市場展統一色調(尼加拉瓜藍)</p>	<p>電視主題館服務諮詢台前，以橘色為主體。</p>
	<p>大會以紫色布條標示各國展館，台灣館位於 1B 入口處，容易尋找。</p>

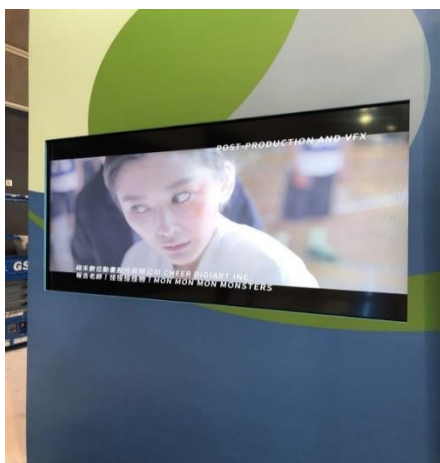
上年(2017)，台灣館整體採膠卷 S 流線形之設計，電影館沿用年度海外市場展統一色調(尼加拉瓜藍/橘)，電視館以黃色為主體，展現鮮明活潑形象，並以「台」作為兩館 LOGO，營造整體視覺效果。各館皆備有 3 台螢幕循環播送片花，並對應上中英文展商與節目名稱，提高臺灣自製優質電影及電視作品之曝光度。片商對於 DM 放置空間需求大，直接利用展板立體空間設計 DM 架，輔以臨時 DM 架支援。並於館內擺設洽談商桌椅供國內參展商自由運用。

今年有別以往年，分別以 2 組 4 米高木結構，以 TAIWAN 大字樣為主標，作為電影及電視館之歡迎入口，並以 1 米高方形燈箱設計「Taiwan Cinema」及「Taiwan Television」二大主題展館之 LOGO，電影館沿用年度

海外市場展統一色調(尼加拉瓜藍)，電視館以橘色為色調，展現鮮明活潑之形象，並且特別規劃有派員出席參展業者，提供一廠商一桌椅、海報輸出展板及上鎖置物櫃，長臂投射燈，供每家展商主題海報照明，及提供電源插座，每家約 3 平方米之洽談空間供其運用。本年亦協助自租展位之參展業者如光在影像、華文創、原創娛樂等 3 家公司，於參展事前了解 3 家公司展位位置及路線，製作簡易指引圖擺放於台灣館內服務諮詢台前，於會展期間以提供前來之詢問人士快速指引及了解。

電影館、電視館皆備有 2 台 65 吋壁掛電視，於展會期間全天候循環播放參展影視作品片花。並於電影及電視二館服務諮詢台旁處製作 DM 壓克力架及租用臨時 DM 架支援，以提供業者參展行銷作品 DM 置放之自由運用，另本年大會贈送一面包柱牆廣告，該牆面設計了我國影視協拍資訊之相關圖文，並有 QR CODE 連結到台灣電影網協拍單元之英文網頁，以宣傳我國影視協拍服務資訊及行銷台灣重要景點城市。

在協助台灣電影館服務的過程中了解，參展人士除了向展館索取手冊之外，另外也詢問景點協拍優惠資訊及紀錄片電影，亦有詢問類型片及導演，更有部分參展人士對台灣電影市場已有基本了解，親自向參展業者進行洽繫事宜。



電影館 65 吋壁掛電視(1)



電視館 65 吋壁掛電視(1)



電影館 65 吋壁掛電視(2)，位於 TAIWAN 字樣旁。



電視館 65 吋壁掛電視(2)，位於 TAIWAN 字樣旁。



DM 壓克力架，提供電影業者置放



DM 壓克力架，提供電視業者置放



於諮詢服務台前擺放參展手冊、最新作品宣傳文宣，提供自由索取



業者專屬區，平台可置放宣傳 DM



包柱廣告牆，宣傳我國景點協拍資訊

包柱廣告牆正面



業者利用洽談區情形

業者利用洽談區情形



於會展中心入口買家登記處之大電視播放 30 秒台灣影視作品，效果良好

(三) 辦理台灣影視作品推廣會

為協助台灣影視作品推廣海外市場，於展會開幕首日下午 4 時 30 分於香港會議展覽中心 Moonlight 舉辦「台灣影視作品推廣會」，推廣會尚未開始前，即有許多來賓於會場外等待，參與相當熱烈，並匯聚人氣，現場亦備有茶點提供參與來賓享用。本年亦特別邀請 2018 年影視強檔新作劇組人員出席宣傳，由文化部影視局主任秘書潘舜昀主持並致詞表示，近年在台灣的电影人和電視人共同努力之下，台灣的影視作品有了更創新豐富的格局，本年台灣參展的作品題材相當多元，希望藉由香港影視展盛會，協助台灣影視作品打入國際。另外，今年文化部特別挑選了 130 部有潛力改編成影視劇本的台灣原創作品，歡迎想要發掘新的影視 IP 的買家到 1A-G23 展位參觀。台北經濟文化辦事處處長嚴重光亦蒞臨推廣會現場，致詞歡迎台灣影視業者到香港參展，並表示台灣口碑票房電影《大佛普拉斯》、《血觀音》在港創下票房佳績，顯示台灣社會議題相當受到香港觀眾歡迎。

推廣會活動現場眾星雲集，在電影方面，預定今夏熱烈上映的懸疑片《引爆點》的導演莊景燊偕監製馬天宗、演員吳慷仁及姚以緹出席；探討父子親情關係的《范保德》的製片胡開惠偕演員古斌出席；2018 最觸動人心，探討生死問題的《生生》的導演安邦偕演員吳至璿出席。在電視部分，臺灣電視作品已朝向國際化、題材豐富多元化發展，劇情細緻吸睛，製作陣容堅強，每部作品都展現臺灣自由、豐沛的創作力，包含講述都會女性友情愛情現象級輕喜劇的《高塔公主》，由演員莫允雯、孟耿如出席宣傳；國際合製導入科技，創造出觀影新模式的《紡錘蟲的記憶》，由導演兼監製之王公誠出席宣傳電視佳作。現場聚集約 500 位國際參展人士參與，場面熱絡。



推廣會活動現場參與貴賓雲集，舞台前方安排之座椅均坐滿，後方高腳桌及側門邊為站立區



推廣會活動後方茶點區

(四) 參與展會周邊相關活動

為掌握影視產業市場訊息與脈動，汲取國外技術及經驗，本次參展參加了多場由主辦單位或影視機構主辦之專題研討會、提案會等活動，以吸收新知、了解國際發展趨勢，作為未來相關政策研析參考。

1. 香港影視娛樂博覽啟動儀式

於3月19日(展會第1天)下午2時30分於香港會議展覽中心的星劇院由香港貿發局舉行的「香港影視娛樂博覽啟動儀式」，為時約半小時，參與來賓包括香港貿發局影視娛樂業諮詢委員會主席黎筱娉、國家新聞出版廣電總局電影局副巡視員周建東、香港特區政府財政司司長陳茂波、香港貿易發展局署理總裁葉澤恩²，以及香港影視娛樂大使黎明，活動現場聚集許多記者及來賓，並由香港特區政府財政司司長陳茂波於香港影視娛樂博覽啟動儀式上致歡迎辭，及介紹本次香港影視節活動，並由香港影視娛樂大使黎明啟動儀式，會場除播放宣傳短片，亦邀集電影(FILM)、電視(TV)、音樂(MUSIC)、及數位產業(DIGITAL)相關來賓共同上台合影留念，也揭示本次香港國際影視展的交流重心。



2. 「紀錄片的國際發行及營銷」研討會

於3月20日上午參加「紀錄片的國際發行及營銷」研討會，會中邀

² 香港影視娛樂博覽啟動儀式出席人員名稱參考主辦單位香港貿發局會後新聞稿
[http://mediaroom.hktdc.com/tc/pressrelease/detail/19710/Hong%20Kong%20International%20Film%20and%20TV%20Market%20\(FILMART\)%20Opens](http://mediaroom.hktdc.com/tc/pressrelease/detail/19710/Hong%20Kong%20International%20Film%20and%20TV%20Market%20(FILMART)%20Opens)

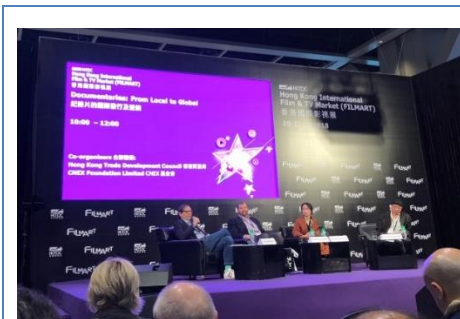
請到 Submarine Entertainment 總裁 Daniel Braun；AMC Networks、Sundance TV Global 頻道節目副總裁 Patrick Connolly，以及北京視襲時代文化傳媒股份有限公司版權運營中心總監宋曉曉參與會談，並由 CNEX 基金會總監張釗維先生主持。

針對紀錄片的發行樣態，及目前網路平台發展所帶來傳播管道的多變，與會三人都覺得相當值得關注。宋總監並以自身經驗，分享推動 DOCO(以紀錄片為主題的 APP)以來所做的觀察。首先表示中國觀眾主要自電視節目《舌尖上的中國》以來，對於紀錄片型態的節目接受度越來越高，特別是包含歷史、人文、自然的內容較受歡迎，例如像《傳家本事》、《國家寶藏》及《萬物滋養》等紀實節目都相當獲得觀眾喜愛。而透過以紀錄片為主軸的網路平台經營，可藉由後台數據的分析，更能快速掌握觀眾的收視習慣及喜好，並能同步蒐集觀眾的意見，作為行銷團隊推展市場決策的參考；而在前台使用介面，亦期打造垂直用戶的服務，亦能即時分析用戶特性進而歸類，提供他們可能會喜歡的觀看內容。跟傳統電視媒介相比，新媒體的傳播方式及內容將更為豐富，對於年輕族群的影響更為關鍵。而談到近年對於觀眾的喜好觀察，發現到紀錄片其一共同點，就是影片內容是否能反映當下最關心的內容，例如當地震發生，科普類的影片就有很高收視流量，在過年迎新送舊時，如何斷捨離的影片就會比較熱門，即如何讓觀眾在影像中發掘到自身有共鳴、共感的生活問題甚為關鍵。另外，總監也分享一個近期在行銷上的成功作法，就是幫一個長版的影像作品，剪輯出幾段 2 至 3 分鐘的短版影片抓住觀眾目光，提高觀看興趣，能有效提高長篇作品的點閱量。

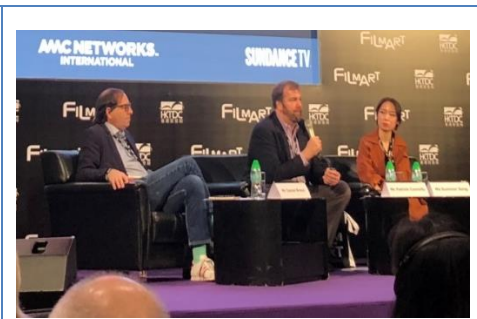
在目前紀錄片的行銷部分，為了能觸及更廣大的觀眾群，製作團隊除了要能熟悉業界買家的口味及合作模式，也要開始與觀眾溝通，並能掌握住關鍵消費者進而再擴散出去。與談者亦同意在製作階段，就要將後續發行

策略納入規劃的重要性。並且不諱言談到紀錄片推至商業院線的確有挑戰性，儘管如此，如 Daniel 總裁提到的，電影院仍有其不可取代的影像質感，且如果有大型影院的加持，或不錯的影展表現，對紀錄片版權銷售仍有實際的效益。推展紀錄片就是希望能觸及到更多觀眾，而每種作品都有其獨特的推廣方式，可透過觀察消費者的反應累積行銷經驗，找到各自適合的方式。

在提到紀錄片未來的發展，Daniel 提到特效、動畫技術導入應用，將促進科技與紀錄片相互結合；Patrick 則期許未來有更多渠道及內容傳達給觀眾，最重要的使命不是決定觀眾看什麼，而是讓觀眾能接觸到更多；宋總監則是提到跨國紀錄片資源或合作將更為緊密，且隨著消費型態改變，消費者願意付費觀看更好品質的節目，紀錄片上院線播映或能成為趨勢，或紀錄片探討的主題，將能回頭促進更多文化、美食本體消費營收更加提升。



參加「紀錄片的國際發行及營銷」研討會。



活動邀請到 Sundance TV 全球頻道副總裁出席，Sundance TV 係主要提供獨立製作電影及紀錄片播映管道。

3. 綠燈行動提案會活動

於 3 月 20 日上午 10 時於香港會議展覽中心光劇院舉辦，綠燈行動是創意香港 (CreateHK)、香港電影發展局 (FDC)、香港國際電影節協會 (HKIFFS) 及香港亞洲電影投資 (HAF) 共同倡議下的電影項目，以凸顯香港電影項目，並連繫當地年輕電影製作人才及電影專業人士和投資者³，是為新進導演與產業人士媒合的作品概念發表會，會中安排七組作品及相關劇組人員，主要參與人員為導演及編劇，以自由形式發表其作品概念並介紹合作方式與資金需求，每部作品發表後並安排 QA 時間，會中發表的作品分別為「殺人超度一條龍」、「他」、「水涯路」、「路上有你」、「舞道」、「天堂鳥」、「翻兜人生」。

香港電影發展局秘書長馮永先生表示⁴：「『綠燈行動』為新進電影人提供難能可貴的機會，從資深電影製作人汲取寶貴經驗，以完善他們的電影計劃和推介技巧。我們期望活動能協助他們把夢想故事化成實體電影，為香港電影業帶來新氣象。」



綠燈行動提案會，係「首部劇情電影計劃」中選出的 7 個電影項目，於 FILMART 會場內舉行提案會，介紹他們的電影計劃給出席香港國際影視展、香港亞洲電影投資會和香港國際電影節的電影專業人士。提案會以粵語進行，大會同時提供英語及普通話即時傳譯。

³ 有關「綠燈行動」之介紹參考自綠燈行動宣傳手冊第 17 頁。

⁴ 香港電影發展局秘書長馮永先生發表請參考 <https://www.haf.org.hk/operationgreenlight>

4. 香港國際影視展 2018 交流午宴活動

受香港貿發局邀請，3月20日中午由本局潘主秘代表出席「香港國際影視展 2018 交流午宴活動」，歡迎午宴活動於會展中心之會議室 S226-7 辦理，由香港貿易發展局副總裁葉澤恩先生主持，渠以英文致歡迎詞之後，用中文以介紹中國大陸國家新聞出版廣電總局電影局周副巡視員建東先生等官方代表、中國大陸近年參展情形，又特別提及一帶一路國家參展狀況，這是以前沒有的情形，對照中國大陸在影視展中的展位以及作品越來越多，可以感受到中國大陸對影視展的影響力越來越大。



香港國際影視展 2018 交流午宴活動，香港貿易發展局副總裁葉澤恩先生於活動中致詞。

5. 「TVB 戲劇綜藝發佈會」

於3月20日下午參加TVB舉辦「2018 戲劇綜藝發佈會」，依據往例TVB於FILMART展會期間皆會利用自家展館舉辦多場新作發佈、策略合作記者會活動，因展館位置面向主要出入口，除吸引大批媒體記者採訪，亦有相當多展會參觀人士佇足參與。本日發佈會亦動員旗下電視台老將新秀藝人盡出，聲勢浩大，為今年度即將推出的新作，以及其與中國愛奇

藝、騰訊影業合作的影視計畫進行宣傳，例如作品《宮心計 2 深宮計》、《再創世紀》、《白色強人》、《多功能老婆》、《法政先鋒 4》、《衝上雲霄 2020》，其中有幾部作品為 TVB 過去經典影集延續，相當吸睛；而發佈會上並有宣傳多部綜藝節目計畫，類型涵蓋闖關遊戲、烹飪、旅遊等節目，內容相當豐富。同時，看好電競活動發展潛力，其與阿里體育合作世界電子競技運動賽事(WESG)官方媒體計畫亦進行啟動宣傳，TVB 將於比賽期間透過旗下頻道轉播精彩賽事。該場發布會最後，並積極推廣 TVB 自有影音互動 app「big big channel」，該 app 蒐羅最新娛樂花絮、劇集、綜藝節目精彩片段，並可透過 app 與旗下藝人進行互動、看直播，即針對旗下藝人 SNS 社群經營，打造更有系統、更直接的交流平台。



TVB 於 FILMART 展會期間辦理多場作品發佈、新聞發布會。



TVB 旗下藝人出席宣傳，為自家節目造勢。

6. 電視世界 2018-開幕典禮暨國際論壇

本屆論壇主題豐富多元，邀請來自電影、電視、數位娛樂、及動畫等領域的講者，在電視領域的論壇主題方面，包括電視媒體、紀錄片和動畫技術，並以「網路」、「新媒體」相關議題為本屆論壇討論重點，例如：「互聯網影視內容的發展與未來」、「數碼娛樂論壇 2018⁵」、「電視世界 2018 - 開幕典禮暨國際論壇：傳統電視，新潮網絡，互助互

⁵ 探討主題包括直播熱潮下的新商機。

搏？」、「VR/AR：動畫產業發展的新領域」等；紀錄片領域討論重點為「紀錄片的國際發行及營銷」。整體而言，本屆的主題規劃不僅涵括產業、技術發展新方向，亦注重實質交流層面，安排多場影視發布會與交流活動，如「CIBN 互聯網電視國際影視合作發佈會」、

「Networking Party with Japanese Broadcasters」等，為各國參展業者搭起合作橋梁，其中可發現內容與新科技應用之議題愈來愈受重視，如網路直播、VR/AR 對影視內容的影響等。其中，「電視世界 2018-開幕典禮暨國際論壇：傳統電視，新潮網絡，互助互搏？」論壇聚集香港、中國大陸、韓國及日本多位影視業界專家，鑒於現今電視產業受到多元的傳播媒介影響，網路的興起衝擊傳統媒體，亦影響內容收視率。於此新舊媒體交融之際，新、舊媒體兩者關係是否為對抗性質，或有其他可能性，講者分別提供看法，簡要摘錄如下：

1.香港亞洲電視數碼媒體有限公司行政總裁吳雨：

(1)由於 OTT 的興起，節目需要更加具有互動性，雖然目前無法與大型網路平台(如 Netflix)競逐資金、人才，但節目製作需要轉型，不能再維持傳統方式製作。

(2)香港目前要發展 OTT 已經相形較遲，需要更加重視人才的培育，並擴大目標市場，例如：馬來西亞等地的粵語市場。

2.中國大陸新片場影業首席執行官牟雪：

網路媒體不僅僅為電視媒體的網路化，所帶來的影響包括內容的商業模式、觀看模式及內容形式，爰於製作內容時需在許多層面上進行調整，以適合新媒體，如節目為方便於手機上播放，長度可能需調整於 20 分鐘內即可播畢，內容也需要更加吸引觀眾注意，或者製作兩版本之劇情，激發觀眾觀看興趣。

3.韓國 D'Live 總裁/行政總裁 Jeon Yong Ju：

現今 OTT 成為產業主流，VR、AR 等技術亦持續發展，手機等行動載具極為便利，可吸引更多年輕觀眾，也提供新的商機，韓國將更致力發展數位內容，服務觀眾。

4. 日本共同社國際報道室次長古畑康雄:

新媒體已侵蝕傳統電視產業的市場，原屬電視廣告的收益流向網路與電競市場，雖然目前日本對擴展海外市場並不積極，但考量年輕觀眾越來越不喜愛使用傳統媒體，日本需要再思考方向。經過前開討論，雖然新媒體、OTT 的崛起確實影響到傳統影視內容收益、製作方式、商業模式等面向，講者除提供自身觀察、調適策略與解決方案，最終仍同意「內容為王」，並期盼電視產業未來更為蓬勃發展。



電視世界 2018 - 開幕典禮暨國際論壇: 傳統電視，新潮網絡，互助互搏

7. 「VR/AR：動畫產業發展的新領域」研討會

於 3 月 21 日上午參加貿發局與安錫動畫影展(Annecy International Animated Film Festival and Market, MIFA)合辦的「VR/AR：動畫產業發展的新領域」研討會，該活動邀請 5 位來自中、美、法動畫業界人士，共同探討此一新技術的發展前景，主持人則是由巴黎數碼影像高峰會總代表

Yann Marchet 擔任，開場即表示 VR/AR 產業預估去年有 90 億美元的市場總值，今年預估將會達到 170 億美元，無論在各類影像、遊戲、數位軟體的應用，都具有相當大的發展潛力。5 位與談人分別為數字王國視效總監兼大中華區影視劇視效業務負責人周逸夫、美國 Flight School Studio 創作總監 Brandon Oldenburg、Baobab Studios 全球業務拓展副總裁 Jonathan Flesher、法國 Atlas V 監製 Corentin Lambot、DVgroup VR 監製 Francois Klein，與談人首先就公司業務背景進行簡單介紹，包含團隊創立理念、最新作品等，並對新興技術及產業發展表達看法。針對 VR 及 AR 技術，與談人普遍表示這是將影像、遊戲有效結合現實世界的同理心，就像看到一個小孩在路旁哭泣你會上前詢問，而 VR/AR 技術就是將一切變得可能，讓閱聽者可更為投入與影像互動，讓遊戲也能具備現實生活的憐憫心。也因為目前技術還在發展初期，有與談人表示與其說現階段是產業間彼此的挑戰、競爭，更希望可與其他公司合作，進而去發掘更多未知的可能。而與談人也普遍認為，針對 VR/AR 乃至特效的運用，技術層面固為重要，但不希望被定位成科技公司，要做的仍是內容，是要讓團隊成為說故事的人，例如在影像的應用上，VR 的互動性也不需要刻意過多，而是要能體現創意，並著重在確實、有效地傳達故事本身。而法國公司代表也提到，雖然法國當地市場規模有限，但透過政府對動畫及特效的減稅機制，也讓法國業者積極尋求與國外的合作，在全球市場法國動畫業者仍具有競爭力。



參加由貿發局與安錫動畫影展(MIFA)合辦「VR/AR：動畫產業發展的新領域」研討會。



會中邀請來自中國、美國、法國業界專業人士發表對於VR/AR技術發展看法。

參、參展心得

一、香港影視展會場採憑證入場方式，於展場每個入口佈置人力掃描入場證，並未像中國大陸北京或上海電視節展會於展場入口實施安檢制度。會場展商不僅多以大螢幕輪番播送電視節目宣傳片花，吸聚買氣，許多業者的展場布置相當華麗，如香港、中國大陸、泰國等地業者，展館用色鮮豔活潑，佈景、裝飾並能融合文化特色，頗具創意，亦有參展業者展場佈置簡約大方，偏重實用性，如日本、韓國、歐洲等地業者。除了現場展示影視節目宣傳影片，及於會場攤位進行洽談，部份會場亦設置較為隱蔽的交易室，供有興趣的買家進一步接洽。值得一提的是，本年度展場設置數位體驗區，提供影視內容製作技術的展示與諮詢，並可看見招募 VR 技術培訓的文宣，亦有展商展示 4K 技術，顯示出影視內容與新科技的應用有著更緊密結合的趨勢。展場內並佈置多處休息區或設置長椅，供參展人員可隨時休息，並可隨處看見上載有活動論壇及相關活動之宣傳機器或背板，提醒來賓可前往參加。展會辦理期間，每日均有會場報導專刊可供閱覽，供來賓瞭解會場展示作品趨勢及焦點。

二、本屆會場設置「香港動畫及數碼娛樂館」(係得到香港特別行政區政府「創意香港」贊助)，分為「數碼特效」、「動畫」、「互動媒體」3 大主題區，聚集 36 間來自動畫及電腦繪圖、電視、電影及廣告數碼特效、後期製作、遊戲開發和互動媒體等從事不同數碼娛樂領域的香港公司。大會今年亦聚焦紀錄片及協拍內容，於今年新設「紀錄片世界」及「環球拍攝支援」展區。「紀錄片世界」雲集 200 多家參展商展示最新製作，而「環球拍攝支援」則吸引來自美國、芬蘭、西班牙、台灣等地 14 家參展商，介紹各地的攝影場地、影城，以及拍攝服務和優惠措施等，藉以全方位滿

足業界需求。因此，本局參展前事先配合加強紀錄片及協拍文宣，以提供會展人士參用。明年亦會事先了解會展聚焦主題，以加強相關文宣。

三、本次台灣館佈展首度以加大租用面積展位，並提供每家出席業者專屬交流洽談區，希望可協助台灣業者在尋求投資方、技術交流及跨界領域合作上等各方面促成。且為營造國家館意象，於接待處以木工打造，輔以暖系色調，更有穩重、溫暖的展館意象。展會期間，台灣影視館人氣旺盛，參展之我國業者與前來洽談的買家積極洽談交易，尤其於開幕首日辦理的作品推廣會，參與者相當踴躍，有助各國參展業者更加瞭解我國影視作品。同時，因本次仍有部分業者自行搭設攤位，為利國外買家前往，已於事前請執行廠商準備展商地圖，有效改善過往買家找不到台灣參展商之困境，建議此作法可繼續保持。而藉由參觀其他展區，感受數位特效流行趨勢，爰未來在展館規畫上，必須針對館內佈展內容有更創新與巧思，在創意度及呈現內容及方式，得充分表現台灣電影特色及藝術內涵，塑造台灣影視品牌印象。

四、本屆影視展在活動內容部分亦相當豐富，結合多場影視產業論壇及主題研討會、提案會等各項活動，匯聚產業菁英及影視界知名人士，針對國際發行及營銷、數位特效、動畫產業發展等主題進行研討，相信對亞洲地區影視產業發展助益甚多。藉由近幾年參與電影相關論壇及活動，發現到無論是談到跨國合製、小成本獨立製作、海外行銷策略、探討 OTT 平台應用，或者是 VR/AR 視覺技術的討論，對電影而言最重要成功的關鍵依然是在電影故事本質——是否能將故事說好，以及是否能引起觀眾的共鳴。例如在 VR 技術的研討會，與談人即表示創新、創意技術是他們不斷探索的目標，但最重要的仍是希望能成為說故事的人，與觀眾找到互動性、連結性，讓科技有效結合人類的情感，共同發掘影像內容更多的可能。參考近期於台灣熱賣電影《我和我的冠軍女兒》、《與神同行》、《可可夜總

會》，即便故事中仍保留著特有的文化色彩，但故事完整度及其核心價值能引發普世人類的共感，的確是作品成功的關鍵。

五、本次參訪可瞭解目前電視內容製作的重要議題，由本屆香港影視節展示內容與論壇主題可觀察到，影視內容數位化亦成為香港影視產業的重點議題，由參與論壇的香港內容業者與來賓對談中，香港業者表示香港越來越重視影視內容數位化，但起步已較中國大陸及台灣市場晚，需要更積極面對及發展數位影視內容，並建議可以東南亞地區的粵語觀眾為目標市場。另於展場內，許多數據分析相關展商亦設有展示攤位，顯示大數據分析已逐漸成為影視產業不可或缺的一環。我國電視產業輔導政策中，向來依據產業發展趨勢，適時調整輔導措施。鑒於新媒體、OTT 平台的崛起，已影響傳統電視內容產業，我國電視產業輔導政策更需時時關注產業趨勢，如本次影視節所交流的論壇主題，提供目前電視產業發展趨勢，並有助瞭解亞洲地區因應新媒體與 OTT 平台崛起後的產業發展方向與策略方案。建議未來本局參加類似影視節活動時，亦可積極參與，持續瞭解產業發展焦點議題。



日本館色系以水藍色為展板色，入口處設置一台約 50 吋螢幕及輸出參展業者公司清單及 logo 圖，業者洽談區去(2017)年為開放式露天規劃空間，今年改以 2 桌一隔間，海報由業者自行攜帶張貼，此方式較去年不同，可提供業者略為安靜之洽談空間概念。



軸心以整合韓國電影委員會形象策略，入口採圓弧形造型空間設計，具有品牌形像感，桌椅租用方形皮椅及白色方桌，洽談空間內有印製海報，並設置 3 台 40 吋展示螢幕，輪撥影視片花。



Unifrance 展館設計空間簡潔，館內二旁提供業者獨立空間使用，中間走道為沙發交流區。



新加坡以紫色加流暢曲線造型，入口開放性大空間，富自由空間感

泰國館以該國幸運黃色及大皇宮造型作形象館入口，具文化特色。



加拿大館以楓葉造型作展板輸出，突顯國家意象



香港片商整體設計明亮，以宣傳當年度最新作品為主打，圖為香港華策集團、香港 TVB

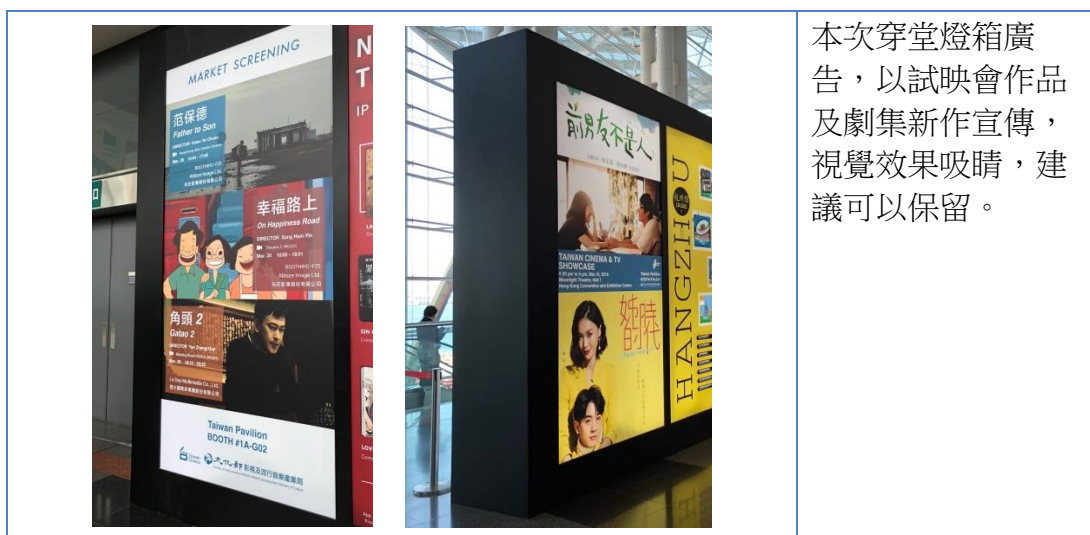


大會今年新設「環球拍攝支援」及「紀錄片世界」展區，位於 Moonlight 出口處，藉以全方位滿足業界需求。

肆、建議事項

一、廣告購買之建議

- 1、本次於會展穿堂購買之燈箱廣告，有別於過去僅展現台灣主視覺 LOGO 較為單調，今年改以宣傳試映會或劇集新作，視覺效果相當搶眼，建請可繼續維持；且為利重點推廣效果，每幅版面建議至多以 2 至 3 部作品劇照或海報，較能達到重點宣傳之效。
- 2、今年援例規劃向國際媒體刊物廣告「Hollywood」雜誌及「Screen」雜誌等 2 家購買平面版單頁廣告，由於「Hollywood」雜誌今年在香港影視展未出版紙本，以網路電子報格式進行出版，網路電子報雜誌為數位出版，有節約能源功能，惟電子報僅針對有上網訂購該主題之使用者進行寄送，較無法達到集中閱讀者宣傳之效，相對紙本雜誌，可集中於會展期間，提供參展人士隨之自由取閱，功效較網路電子報雜誌有集中行銷宣傳之功能，爰建議明年規劃以訂購紙本雜誌為宜。





二、我國電視交易展會可參考辦理「主題式」參展區

可考慮結合本局辦理之電視交易展會，規劃「主題式」參展專區，如香港影視節的「紀錄片世界」或「環球拍攝支援」專區，除有助集中行銷資源，協助我國業者增加合製合拍機會，並可促進國外業者對我國影視協助方案的瞭解，延伸電視交易展會之附加效益。