

主動出擊國際展會

持續深化國際布局，為臺灣作品創造更多國際市場產值

在多元文化背景之下，臺灣持續孕育出獨特又豐饒的文化內容，展現豐沛的創作能量。而為了進一步擦亮臺灣品牌，文策院致力協助文化內容產業深化國際布局，透過整合多方力量，讓臺灣原創內容在國際舞臺發光發熱。

文策院成立以來，持續策劃帶領臺灣最優質的文化內容作品，飛向指標性商展會和全球論壇，過程中不僅整合異業資源、掌握最新產業動態，也促進國際合資合製之可能性。預計每年參與約二十個國際型指標性展會，包含電影市場展、影視與動畫展會、出版產業展會（含圖書、漫畫、童書）、角色圖像授權展會等。

此外，為了即時掌握國際文化內容產業市場資訊和發展趨勢，了解相關內容產業生態鏈，文策院也針對具市場性的通路，研擬特定數位行銷策略，強力打造「國家隊」品牌，拓展「臺流」的海外能見度與影響力。

15 場國際展會線上臺灣館，因應展會性質，規劃各式行銷助攻策略。

柏林影展暨歐洲電影市場展

吸引將近 **100** 名國際影人參與臺灣作品媒合會

中國國際品牌授權展

首創臺咖 IP 點讚秀，吸引超過 **5,000** 名買家線上觀看

釜山亞洲內容電影市場展

共有 **40** 間電視電影業者、**10** 本 E-IP 作品參展

法蘭克福書展

共計有 **52** 家出版社、**312** 部作品參展



文策院 2020 首發柏林影展 國家隊整合出擊， 全方位開拓歐陸市場資源

如何透過「國家隊」力量，讓臺灣優秀的原創作品閃耀國際，一直是文策院努力的目標。第 70 屆柏林影展（Berlin International Film Festival）暨歐洲電影市場展（European Film Market）是文策院成立以來，首度帶隊出擊的國際電影市場展。文策院除了引進專業策展概念，更以國家隊整合方式，全面升級柏林歐洲電影市場展臺灣館及臺灣之夜活動。

2 月 23 日晚間，文策院於柏林盛大舉辦臺灣之夜交流酒會，這是首度擴大辦理我國於歐洲電影市場展參展與產業行銷業務。2 月 24 日更在柏林影展大會官方場地 Gropius Mirror Pavilion 舉辦臺灣電影國際媒合會，邀請 TAICCA Select 計畫選入的電影作品團隊，向國際製作單位、創投方與影展單位發表並媒合，做為打開臺灣內容產業國際通路的第一站。

而恰逢蔡明亮導演新作《日子》入圍主競賽片，同時也是本屆唯一入圍柏林影展的華語電影，意義非凡。因此於影展期間，文策院特別舉辦大師講座，邀請蔡明亮導演暢談電影創作理念，讓更多國際觀眾透過電影認識臺灣獨特的美麗。



蔡明亮導演於柏林舉辦大師講座，以「工業時代的手工電影」為題，分享創作生活與理念。



2020 年「日本授權展」，文策院以「TAIWAN CONTENT ISLAND」打造臺灣館主視覺。

最大化圖像IP產業鏈 文策院帶領業者搶攻 亞洲最大授權展會

在疫情衝擊下，全球許多重要展會皆導入線上策展，而文策院也積極協助國內業者應對新趨勢。例如 2020 年中國國際品牌授權展（China Licensing Expo），文策院以徵展方式攜手饅頭家族、KURORO、美美 MEIMEI、皮寬、SHIBUDI 尋寶獅、扭蛋雞、夢想方塊動物園、灣麻吉、閩小妹、赤毛族等十件臺灣最具潛力之新興角色品牌參展，讓臺灣品牌拓展更多商務合作機會。

中國國際品牌授權展為亞洲熱門的授權貿易展會，為全球最具影響力、最熱門的 IP 授權項目提供與各行業製造商、零售商面對面深入溝通的平臺。

在本次授權展中，文策院首度規劃節目製作，以「臺咖 IP 點讚秀」線上展直播專場，獲得當地超過五千位買主線上觀看。此外，文策院也擴大線上型錄徵展，徵集四十七個在中國市場發展並擁有當地商標登記的角色品牌，進一步擴大臺灣館聲勢。在多重管道助攻之下，本屆展會雖受疫情影響，但臺灣參展品牌詢問度熱烈，潛在商機預估突破 3 億新臺幣。



文策院於柏林舉行第 70 屆「柏林影展」臺灣作品媒合會，邀請 TAICCA Select 計畫選入之電影作品團隊向國際製作單位、創投方與影展單位發表並媒合。



除了中國國際品牌授權展，在 2020 年的「日本授權展」（Licensing Japan）中，文策院首創「臺日兩地同步連線聯展」，於臺北、東京兩地同步展出，透過現場翻譯搭配連線，協助廠商介紹與買家洽商，徹底落實實體展與線上展合併應用的展出模式，預估將創造近 5 億新臺幣商機。

由文策院領軍參加「2020 中國國際品牌授權展」的臺灣原創圖像角色（由上至下，由左至右）：「H.H 先生」、「饅頭家族」、「閩小妹 Yameme」、「KURORO 宇宙探險隊」、「皮寬」、「夢想方塊動物園」、「扭蛋雞」、「赤毛族」、「灣麻吉」、「尋寶獅」。

影視出版雙主打戰略奏效 臺灣優秀作品在釜山影展大量曝光



2020年「釜山亞洲內容電影市場展」主視覺。

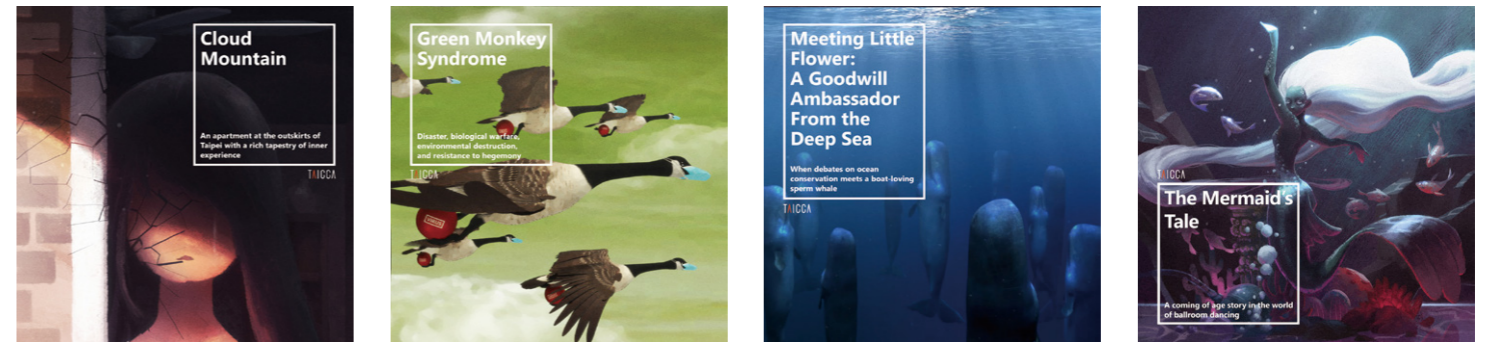
近年來，臺灣影視作品創作動能極強，不論是電影或戲劇都驚豔國際。釜山亞洲內容電影市場展（Asian Content & Film Market）是臺灣電影業者主要參加的國際市場展之一，該展會主要活動內容包含市場展、E（Entertainment）-IP 展會、亞洲創投市場（APM）和亞洲內容獎競賽，並在2020年首度加入電視戲劇類內容參展。

本次參展採「雙主打」策略，將線上臺灣館分為電影電視館與E-IP館，分進合擊。並以作品海報意象為主視覺，向國際業者推介臺灣最新重點電影和戲劇作品。電影類主打作品為《消失的情人節》，透過臺式小清新愛情，吸引全球觀眾目光。戲劇類主打則是公視旗艦型鉅作《天橋上的魔術師》，以融合純樸民風和魔幻氣氛的故事，呈現數十年前臺北市地標中華商場的風華。

而在E-IP單元中，文策院也製作訪談影片，邀請十組故事文本創作者，在節目中深度介紹作品特色，並於大會平臺曝光。在優秀故事核心和行銷操作之下，E-IP參展廠商共獲得CJ ENM、MEGABOX、SHOWBOX等多家韓國大型製作與投資公司詢問，E-IP出版社平均三天取得約十場會議。

亞洲內容電影市場展正式加入戲劇內容後，等於為臺灣戲劇內容對外銷售開闢了一個新戰場。以往臺灣戲劇主要參展目標為香港國際影視展（Hong Kong International Film and TV Market）、新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展（Asia TV Forum & Market），2020年，在文策院努力之下新增加坎城電視節展（MIPCOM）與釜山亞洲內容電影市場展兩個電視內容展，期望將臺灣優質戲劇內容帶到更遠、更廣的地方。

法蘭克福書展線上館 因應網路特性，以動畫短片說書 呈現臺灣出版品魅力



文策院挑選六部文本，製作宣傳動畫廣告：由左至右《雲山》、《綠猴劫》、《遇見花小香》、《人魚紀》。

創立於1949年的法蘭克福書展（Frankfurter Buchmesse）是全球最具指標性的圖書博覽會，每年皆吸引各國重要作家、名人、記者、文化人士和出版從業人員參與，交流業界新知並洽談交易。

受疫情影響，2020年法蘭克福書展取消實體展會。因此，文策院以「Small is Big! 小故事大經濟」為主題概念，架設線上臺灣館並規劃各式線上節目，計有五十二家出版社、三百一十二部作品參展。此外，文策院也製作參展電子型錄於出版型錄網站上露出。

書展期間，文策院與大會 The Arts + 單元合作，推出「推廣出版品一源多用跨域開發」線上論壇活動，並在Bookfest數位單元中推出「聲音劇場：四幅臺灣故事的聲音映像」節目展，由資深劇場人金士傑、作家蘇致亨、法國譯者關首奇（Gwennaél Gaffric）、德國漢學家蔣永學（Thilo Diefenbach）獻聲，分別以國語、臺語、法語及德語為讀者朗讀故事，展現出版品跨域開發成果。

而為了連結臺灣與國際業者，文策院更規劃臺灣之夜，邀請作家及樂評影評人馬欣、資深版權經紀人譚光磊、作家紀大偉參與，由時任院長胡晴舫擔任主持人，以輕鬆氣氛介紹文策院「Books From Taiwan」計畫中的推薦作品。

此外，文策院也與獨立動畫導演王谷神合作，挑選《遇見花小香：來自深海的親善大使》、《人魚紀》、《性意思史》、《綠猴劫》、《雲山》、《阿鼻劍前傳：封印重啟》等六部文本作品製作動畫廣告，在國際出版媒體及線上臺灣館推播，以精彩視覺元素呈現故事氛圍。



2020年「法蘭克福書展」主視覺。

文策院多方整合 協助臺灣文化內容產業深化全球展會布局



德國柏林影展暨歐洲電影市場展，文策院全面升級參展與產業行銷業務，舉辦臺灣之夜交流酒會、臺灣電影國際媒合會及蔡明亮導演大師講座，讓更多國際買家及觀眾透過電影認識臺灣。

法國坎城影展 XR 單元，文策院與坎城影展合作舉辦「2020 坎城影展：XR 市場展臺灣聯名線上論壇」，助攻臺灣未來內容躍上國際。

義大利威尼斯影展 2020 年首度進駐臺灣，臺北成為亞洲唯二的放映城市，於長春國賓影城播放來自全球入圍威尼斯影展 VR 單元的 32 部 360 度及互動式 VR 作品。

美國境內最大電影市場展「**美國電影市場展**」，文策院協助臺灣電影作品線上參展，設立虛擬臺灣館，總計有電影劇情長片、短片、VR 作品與動畫等 61 部作品參展。

針對主推西語系出版市場的**瓜達拉哈拉書展**，文策院推播 Facebook 廣告首次針對全球西語人口製作「臺灣出版形象影片」，以及「繪本文本轉譯動畫廣告」等多元行銷案推廣臺灣原創內容，獲得超過 1600 萬人次觸及。

德國法蘭克福書展，文策院以「Small is Big! 小故事大經濟」為主題，挑選 6 部文本作品製作動畫廣告提升展品聲量；與大會 The Arts+ 單元合作舉辦線上論壇，並推出「聲音劇場：四幅臺灣故事的聲音映像」，以國、臺、法及德語為讀者朗讀故事，展現臺灣出版品跨域開發成果。

文策院受邀參加由歐盟委員會主辦的「**沉浸式內容產業圓桌會議**」，成為唯一非歐盟國家代表，展現臺灣沉浸式內容在國際產業鏈的重要影響力。

韓國釜山亞洲內容電影市場展，文策院推出電影電視與 E-IP「雙主打」線上臺灣館，製作 E-IP 參展團隊訪談影片，深度介紹作品特色，以優質文本搭配行銷操作，獲韓國多家大型製作與投資公司詢問，創造 E-IP 參展商三天取得超過百場洽詢會議的亮眼成績。

東京日本授權展，文策院首創「臺日兩地同步連線聯展」，於臺北、東京兩地同步展出，透過現場翻譯搭配連線，助攻廠商介紹與買家洽商，預估將創造近 5 億新臺幣商機。

亞洲規模最大授權貿易展會「**中國國際品牌授權展**」，文策院首創「臺咖 IP 點讚秀」線上展直播專場，獲得超過 5,000 位買主線上觀看。同時擴大線上型錄徵展，徵集 47 個擁有中國商標登記的角色品牌參展，在疫情嚴峻的情況下成功為參展品牌創造關注熱度，潛在商機預估突破 3 億新臺幣。

為因應曼谷國際書展取消國際展區，文策院與東南亞國協出版協會 (ABPA)、臺北書展基金會共同舉辦「**後疫情時代出版產業的創意表現——臺灣觀點**」線上產業論壇，討論於疫情下的臺灣與東協出版產業現況，透過產業交流活動讓臺灣優質內容在泰國與東南亞持續曝光。

亞洲最大電視、戲劇展會新加坡「**亞洲電視論壇及內容交易市場展**」，2020 年文策院攜手 37 家業者、95 部作品參展，首創跳脫訪談模式的「線上節目」，以「說故事」方式將臺灣原創影視作品串接為 2 小時的帶狀節目，將優質臺灣影片推薦給國際買家。