

# 國際開發

建構國際接軌平台。

international  
development/

五月坎城，國際  
組最大的挑戰

Story

二〇一〇年五月九日。

BONJOUR！坎城，我們又來了。

計程車慢慢駛離，我們風塵僕僕站在坎城公寓樓下大門口，看著歪歪斜斜疊放在人行道的一堆行李和紙箱，感覺好不真實：我們到底是怎麼把這堆東西弄上飛機的？用力吸口氣，大家七手八腳把東西搬進租來的小公寓，至少這次不必扛展場用的電視。

先去看市場展場地。還好，攤位方位跟在臺灣預訂時想像的不會差太多。清點東西有沒有到齊。桌子、椅子、DVD播放器、電視、書報架、飲水機、上鎖的櫃子與鑰匙、大圖輸出、燈、從臺北快遞過來的幾箱文宣和文具用品……

開工！四個女生像工人一樣爬上爬下，貼大圖輸出、貼海報、擺文宣，測試電器、網路、電話、光碟播放，排桌椅……動作快點快點快點，展場關門前一定要完工。

五月十二日上午九點，坎城市場展，開門大吉。

只是好晒呀！偷偷捂住嘴打哈欠，眼皮好幾次不受控制進入自動關閉狀態。時差，真的很難調適。

今年臺灣電影館參展商有十六家，聚在攤位好不熱鬧。「這邊可以上網嗎？」「可以呀，我給你帳號跟密碼。」

坎城影展什麼都貴，一個參展證件只有六小時上網時數，超過就要付費。影委會體貼臺灣片商對網路的重度需求，特地採購256K網路並用無線分享方式給片商使用。幸好隔年主辦單位開竅，憑證一律免費上網，否則不是貴不貴的問題，而是根本就落伍了。

「欸！快七點了，妳趕快先去超市買菜，攤位我來顧。」「喔！好。天呀，要用衝的才來得及！」

風風光光的五月坎城，到處都是錢堆出來的，一人隨便一份三明治加礦泉水要十幾歐元，等於臺幣四、五百塊就飛了，影委會是預算用在刀口、有「阿信」美德的單位，怎麼可能這樣吃？自己買菜開伙才是省錢之道。上得了廳堂，下得了廚房，當得了工人，這，可以算是影委會的員工規章嗎？

五月十五日，今天大巴黎電影委員會在坎城作東辦酒會，對全球媒體鄭重宣布與台北市電影委員會締盟，未來將在製作、協拍與人才交流上，進行長期的實質合作。（前）副市

長李永萍還特地抽空從臺北飛過來參加，呂慶龍大使也出席。好驕傲，我們做到了，等於為臺灣電影開了一扇通往歐洲地區的大門，大家的心情高昂如手中香檳冒上來的氣泡。

五月十六日，臺灣之夜酒會的日子。下午大家分工，有人顧攤位，有人去CARLTON HOTEL酒會現場場佈、測試音響、彩排流程。能在沙灘辦PARTY感覺真不賴，但也要有坎城這種得天獨厚的氣候和地理位置才行。

「你們的貴賓區座位可能要換位置，沙灘不見了。」飯店人員過來提醒。

「什麼？沙灘不見了？」

我們半信半疑走過去看，往年規劃為貴賓及媒體專訪區的一大片沙灘，果然只見海水翻湧。

現在是在拍電影嗎？

飯店人員開始解釋，因為全球暖化，冰島火山爆發，幾天前向來風和日麗的蔚藍海岸氣候跟著異常，掀起狂風大浪，造成海水倒灌，於是沙灘消失了，衝擊到所有海岸餐廳及飯店。

好吧，我們定下神來，拿出國際組的座右銘：處、變、不、驚。催眠自己別再去想貴賓區的沙灘沒了這種災難片情節，現在要做的是設法跟飯店協調，看能不能緊急安排另一處比較不受干擾的空間。

幸好酒會很成功，湧進五百多位來自世界各國的電影人士，媒體也來了三十多家。好像沒人發現沙灘縮水這回事。

接近凌晨一點，酒會現場收拾中，我們躲到飯店大廳一角，拿出筆電找到可以免費無線上網訊號最強的好位置（影委會省錢小撇步），寫稿的寫稿、挑照片的挑照片，趕著要把現場訊息熱騰騰傳回臺北。呵～好晒！

在坎城的日子如此平淡規律，一早進展場，然後整天回答各式詢問講話講不停。唯一打破單調的是大大小小突發狀況要應變，大家輪流抽空參觀其他攤位兼收集資料。運氣好，也許有機會在展場看見幾個國際大明星，等到時差調得差不多，又到了該扛大包小包回臺北的時刻。

然後，再重新調時差。

明年見了，坎城。希望那時沙灘可以回來。

INTERNATIONAL  
DEVELOPMENT

1+2. 影委會陪同 2011 年台北電影節國際青年導演競賽項目的國際影人，參訪臺北賓館和霞海城隍廟。

3. 2010 年 5 月，大巴黎電影委員會在坎城召開記者會，正式對媒體宣布將與台北市影委會結盟。圖左起：臺北市前副市長李永萍、大巴黎區副主席 Julien Dray、駐法大使呂慶龍、大巴黎影委會總監奧利維耶-荷內·維雄。

4. 台北市影委會駐歐經理王雅倫（中），與大巴黎影委會維雄總監（左四）和其他法國電影友人，在 2011 年香港國際影視展的臺灣電影館相見歡。

5+6. 德國電視電影《The Chinese Man》，從勘景作業就獲得影委會大力協助，西門町是其拍攝場景之一。



6



5



4



3



2



1

## 把國片帶出去，把國際劇組帶進來。

做為首善之都的影委會，台北市電影委員會的工作格局和環境條件，使它自然而然站上臺灣影視窗口第一線，在開拓國際業務的道路上披荊斬棘。

國際接軌不是台北市電影委員會的口號，而是從一成立就一路在做的事，並且鎖定香港、東京、釜山，做為臺北市學習和超越的對象。終極訴求是把國片帶出去，把國外的劇組帶進國內拍片。

五年來，影委會透過三大國際業務，踩著風火輪往目標衝刺：參與國際影展及市場展，辦理影視交流活動；串連及參與國際電影組織，建立實質合作關係；推動跨國合製片及外國劇組來臺北取景，並協助國外劇組前置作業之溝通協調。

台北市影委會追求的「國際」，跟一般地方層級單位明顯不同。它扛在肩頭的大旗，不是只有臺北市，還擴及整個臺灣電影。

### 對臺灣電影好最重要

就因為它位於首都，因為中央機構以及臺灣絕大多數影視產業上中下游公司，都集中在臺北。如此的先天條件，在對外爭取更多國際合作與曝光之際，更顯得難以切割。而且台北市影委會流著臺灣電影圈的團結血統，「只要對臺灣電影好就好」，讓它自然而然，且責無旁貸地，站上面對國際的第一線協拍窗口。

場，尤其是中國市場。中國的人治作風，以及電影配額限制，是外國人很難跨越的門檻。但如果跟臺灣合作，可能性就大多了，也能得到影委會的協助，比較輕鬆。他們有了市場，影委會有 KNOW-HOW，是各取所需的雙贏模式。

台北市電影委員會拚國際開發，做了很多超出地方政府層級單位的事。二〇一二年開始，金馬創投悄悄出現一筆法國國家電影中心（CNC）提供的一萬歐元現金獎。這筆獎金，正是影委會駐歐經理向 CNC 持續爭取來的，金額雖不多，但在推動臺法平等合製上具有象徵性意義。獎金原本當然可以留在台北市影委會，但考慮對方是國家級單位，臺灣應該也有對等的高度才對，於是轉保留給金馬獎。

影委會有充分信心在未來建立更多的國際合作關係，也樂見所有工作成績，能夠嘉惠整體的臺灣電影與創作者。

### 加緊國際合作製片腳步

一個地方單位，花如此多力氣追求「國際接軌」這件事，是因為意識到絕不能自外於影視產業大環境的趨

影委會經營國際的格局，獲得臺灣電影界人士的支持與認同，甚至整個亞洲地區華語電影界的製片與電影人也予以肯定，樂於貢獻智慧，分享國際合作經驗。業界相挺，構成影委會一路拓土開疆的重要助力。

### 駐外人員深耕國際業務

影委會接軌國際的用心，最明顯的是設有駐歐的國際開發經理，由王雅倫擔任，從二〇一〇年起負責開拓歐洲業務。

帶著中小企業主一人闖天涯的氣魄，先進攻對臺灣電影熟悉又尊重的法國，順利促成臺北市與大巴黎兩個電影委員會的結盟，雙方並因實質的交流有成效，奠定堅定情誼。然後再逐步連結法國其他電影單位，進而擴展到歐洲其他地區影委會或電影機構的合作計畫。

這項特別的駐外人事策略，在地深耕，是影委會於短短幾年之內，就能在國際開發業務表現亮眼的關鍵要素之一。若經費許可，期待將美洲列為下一個駐外目標。

國外單位會跟台北市影委會簽約合作，當然也是因為想打進亞洲市

勢。

國際合作製片已經是全球電影產業的潮流，能幫助電影在最有利的環境與條件下製作，達到更好的效益。尤其當全球經濟不景氣，片商出手更加小心翼翼。分散風險、集中資金、集中資源、擴大市場，都是因應策略，這是電影界的商業機制使然。

尤其臺灣電影的內需市場不算大，想要確保拍片成本可以回收，甚至至有盈餘，更有必要放大思考，把餅做大。譬如，在創作面，題材更講究普遍性，超越地域限制；在製作面，進行跨國合作，吸引更多臺灣以外的資金投入。

台北市電影委員會朝國際合製的方向前進，努力營造一個友善又有效益的平台。單就影委會協拍的跨國合作案來看，第五年的案量是第一年的五倍。另外也透過與國外的影委會和電影節結盟，為臺灣電影爭取享有跨國合製的拍片優惠、創投獎金等實質協助。

### 善用臺北市優勢放眼國際

當全球的跨國合作越來越多，搶奪的人也越多。在東北亞，日本就有



CLOSE UP.



7



8



9



11



10



13



12

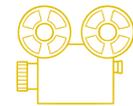
7. 臺灣館攤位設計，除了電影，也不忘宣傳臺北自然美景，圖中左方與右方分別張貼櫻花與海芋的大圖輸出。

8. 人才和創意是臺灣在華語電影的競爭優勢。圖為 2009 年香港影視展臺灣館攤位導演演講。

9. 臺灣之夜酒會有大明星和名導加持，有利於媒體曝光。

10+11. 坎城的臺灣之夜酒會，室內、外空間靈活運用，氣氛悠閒自在。

12+13. 《艋舺》導演與演員出席 2010 年柏林影展，並在電影首映後參加記者會。



五十幾個縣市的電影委員會同時競爭，還有鄰近的韓國，統統都卯足勁在拚。因此台北市電影委員會關注的，從來不是跟自己本土島內的機構做比較，而是就本身現有的地理與人文特色，往國際去競爭。用專業、制度化的經營策略去跟國際接觸，建立認可與口碑。

從地方單位的角度來看，台北市電影委員會提供的服務屬於加值級。在口碑相傳之下，從國外來臺北取景的拍攝團隊逐年增加。而且憑臺北市和臺灣電影創作者的條件，未來還有很大的成長空間。

臺北市地狹人稠，卻自成一格，而且人民非常友善。臺北有一種文化上的悠閒從容，這種城市氣質放眼亞洲十分特出。臺北的地理環境也有優勢，無論上山或下海，都不超過四十分鐘。若以臺北為窗口再進到臺灣各地，要去三千多公尺的高山，三個多鐘頭也可以到。這種拍片環境的多样化，節省時間成本，是臺灣的競爭利多。

另一個不容忽視的優勢是華語電影市場的商機。站在投資人立場，自然希望電影可以通吃亞洲地區，而佔

最多數華語人口的中國大陸便是目標。憑臺灣電影人才的創意，以及臺灣自由開放的創作環境，加上語言及市場通路的優勢，臺灣在國際合作拍片上，競爭力不可小覷。

影委會在對國外爭取時，一定都不忘強調臺北市及臺灣所擁有的這些優勢，傳達「臺北是華語電影創意核心」的訊息。

#### 參與國際影展推動國際行銷

台北市影委會於二〇〇八年底臨危受命，承辦新聞局電影處在臺北影視博覽會的攤位，從此與中央展開密切合作。

二〇〇九年，影委會開始承辦臺灣電影在國際影展暨市場展的整體行銷宣傳業務，每年固定要跑柏林、香港、坎城及釜山。二〇一二年起，更以影委會本身名義，在安錫及威尼斯市場展設攤。

影委會累積的國際人脈與友誼，成為行銷臺灣電影的無形資產。曾經在沒有花費任何廣告費的情況下，用了一些私人脈關係，安排《Screen》雜誌採訪新聞局長官，就臺灣電影優惠政策的旗艦計畫，做出

整整三頁專題報導，吸引很多人的注意。當然，這也是因為影委會清楚告訴媒體牛肉在哪裡、有何重要性，才能說服他們做報導。很顯然，國際媒體極為重視華語電影在全球電影版圖的分量與走勢。

這幾年下來，影委會在國際影展的宣傳業務已經上軌道，為了增加曝光量而辦理的「臺灣之夜」酒會，甚至打出知名度，炙手可熱的程度是坎城市場展第一天，攤位一開張，就有人跑來要請柬。二〇一二年坎城的「臺灣之夜酒會」已經刷新坎城紀錄：貴賓人數最多、影展主席出席最多、海內外媒體最多。

形象有了，只是階段性成果。下一步，影委會希望往裡子去提昇國際行銷宣傳的功能與角色。因為當經濟不景氣，產業又需要往上升級時，光打形象牌不夠，更要精打細算「做生意」，想辦法把國片賣出去，帶進投資，促成合製。這需要構思更精緻、更具體、更目標訴求的配套策略。

台北市電影委員會渴望做的事太多，唯一不變的，是堅持從投資、創作、製作與行銷層面，全方位升級影委會服務平台的國際性。



2

台北市電影委員會與大巴黎影委會在二〇一〇年簽署合作協定，建立堅實的麻吉情誼，啟動實質互惠的臺法影視交流，歐洲的影視大門連帶逐步打開。

模式。大巴黎影委會總監也正式介紹到當地拍片的各項利多。

之後，每一年的坎城影展及香港國際影視展，就是雙方固定舉辦臺法影人及製片交流的時候，並舉行「SPEED DATING」，就像未婚男女的快速約會，安排臺灣企劃案跟法國的製片公司或投資公司提案說明，希望媒合雙方。臺法合製片從二〇〇九年的零部，二〇一〇年的兩部，明顯進展到二〇一一年六部，二〇一二年則有三部。



4



3



5

# 2

## 第一個國際盟友——大巴黎電影委員會。

與大巴黎電影委員會 (Ile de France Film Commission) 的合作契機，在二〇〇八年種下。

### 尊崇臺灣電影創作立締盟基礎

當時，台北市電影委員會饒紫娟總監陪同新聞局長官到坎城影展，期間安排會晤了法國國家電影中心 (CNC) 及大巴黎電影委員會的人員。大巴黎影委會總監奧利維耶·荷內·維雄 (Oliver-Rene Veillon) 也在場，很誠懇的說：「法國電影界非常尊敬臺灣電影人，因為臺灣在電影創作的自由度和質感部分，完全是一個高度文明國家所產生出來的作品。」並表達希望能和臺灣進一步合作，例如製片方面。

大巴黎區 (Ile de France) 有獨一無二的人文歷史及令人嘆羨的豐富場景，這裡是法國電影的發源地，電影傳統深遠，影視人力資源雄厚。七成的法國電影在此地區製作，九成的法國影視媒體相關產業集中於此，並且擁有歐洲最多的跨國製片公司。大巴黎電影委員會的營運規模和經驗，有太多值得年輕的台北市影委會觀摩學習之處。

奧利維耶·荷內·維雄的懇切表

態，讓饒總監當下的心情，交織著感動、驕傲與榮耀。於是推動雙方合作，立即列入台北市影委會的國際工作重點之一。

二〇一〇年，旅居歐陸廿餘年的王雅倫加入台北市影委會，擔任駐歐經理，從此加速歐洲業務的開發速度。第一筆亮眼成績，就是確立臺北市與大巴黎兩個電影委員會的合作結盟，以此為圓心，一步步拓展出許多美好的國際合作果實。

### 開啟臺法實質互惠合作

二〇一〇年九月一日，大巴黎電影委員會總監維雄飛來臺北，由前副市長李永萍代表台北市影委會，於「臺北·巴黎影視結盟」記者會，共同簽署雙邊合作協定，期許推展雙方在電影創作、製片、投資、拍攝及行銷各個層面的合作空間，建立全面、深入與持續性的發展關係。

簽約翌日，雙方協同法國在台協會，一起於臺北國賓長春戲院舉辦巴黎數位電影特效座談會，邀請巴黎 Mac Guff 動畫公司製片阿諾·布爾 (Arnaud Boulard) 出席，介紹《神偷奶爸》製作過程及幕後花絮，以及該公司與其他國際公司的合作



1

1. 出席巴黎數位電影特效座談會的臺法代表，左起：大巴黎影委會維雄總監、台北市影委會饒總監、法國在臺協會學術合作與文化處處長 Christophe Gigaudaut、大巴黎區議會文化事務副議長顯問 Nathalie Fortis、巴黎 Mac Guff 動畫公司製片 Arnaud Boulard、大巴黎影委會行銷經理 Yann Marchet、法國在臺協會媒體事務專員 Loic Wong。

2. 大巴黎電影委員會為與台北市影委會簽約特別設計發布國際的圖稿。

3~5. 2010年9月1日，大巴黎影委會總監維雄親臨臺北，出席雙城簽約典禮，由郝龍斌市長致詞，當時的副市長李永萍代表簽約，現場出席觀禮的臺法貴賓超過三百人。



9. 影委會駐歐經理王雅倫(右二)在國際影委會協會中報告。

10. 2011年7月，時任行政院新聞局電影處處長田又安(中)，應邀赴巴黎出席臺北-巴黎工作坊，與巴黎電影節總監歐德·愛柏(Aude Hesbert, 左)、台北市影委會總監饒紫娟合影。



9



6

6. 2010年，大巴黎影委會總監維雄和大巴黎區議會文化事務副議長顧問 Nathalie Fortis，在剝皮寮的騎樓，與致勃勃討論起如何取法臺北市，來開發大巴黎區的文化景點。

7. 《沒有名字的甜點店》在巴黎藍帶學校廚房教室拍攝，右一為老師，左二是女主角張榕容。

8. 2011年在香港共同舉辦憲法交流論壇，左起：北京海潤影業國際合作部總監韓青、大巴黎影委會總監維雄、主持人亞洲電影資訊(Film Business Asia)網站執行長 Patrick Frater、台北市影委會總監饒紫娟、法國百友影視製作公司總監王方輝、法國國家電影中心代表 Julien Ezanno。



7



8

**臺灣劇組赴法拍攝享優惠**  
這項縮盟行動，立即嘉惠赴法拍攝的臺灣劇組。

二〇一一年，電視劇《拜金女王》與林書宇導演的電影《星空》，都到巴黎取景拍攝，得到法方充分協助，並獲得相關住宿、場景與稅務方面的優惠，節省劇組大筆拍攝成本。翌年，《星空》在巴黎電影節進行一場特別放映，也獲頒法國國家電影委員會(Film France)的「國際合作製片獎」(En Route to France Awards)，表彰電影赴法拍攝，透過

影像，展現創作者多元豐富的法國想像，等於對臺法的實質交流表達肯定與重視。

二〇一二年，偶像劇《沒有名字的甜點店》透過台北市影委會的安排，到巴黎拜訪法國著名的藍帶學校並勘景。由於該校的臺灣學生數量高居全校外國學生第三位，再加上台北市電影委員會和大巴黎影委會的穿針引線，使得藍帶學校破例點頭合作，接受拍攝，並且動員老師及學生入鏡，全力支持。

在大巴黎電影委員會眼裡，臺灣擁有兩岸三地最強的電影原創力，以及民主開放的製片環境，是法國電影在亞洲華語市場最重要的槓桿點。而年輕的台北市影委會，可望透過這個歐洲關鍵平台，為臺灣電影和創作人才爭取更高的國際能見度，並鼓勵更多跨國製片計劃在臺北市開拍。

**從法國到歐洲到全球**  
兩個電影委員會結為麻吉，成功的雙贏合作模式吸引注意，為台北市影委會打開許多機會。

二〇一一年十月，透過大巴黎影委會的推薦，台北市影委會出席國際影委會協會(AFCI)年度大會，以剝皮寮為例，介紹臺北市如何經由電影重新開發老舊市區，以及推動環保拍片的努力。由於迴響很大，翌年十月又接到德國氣候媒體工廠(Climate Media Factory)邀請，分享臺北綠製片經驗。臺北市的國際城市形象，因為電影更顯美好。

二〇一一年開始，台北市影委會與巴黎電影節合作巴黎創投單元。透過法國進行連結，有機會爭取歐盟的補助金。

二〇一二年九月，義大利的RAI CINEMA(義大利國家影視公司)，與台北市影委會在威尼斯簽署合作盟約。柏林、里約都是協談中的合作城市。

二〇一三年，台北市電影委員會與法國坎城影展導演雙週單元，共同啟動第一屆「台北工廠」(Taipei Factory)計畫。

荷蘭鹿特丹影展，法國的巴黎電影節和南特影展，義大利烏甸尼遠東電影節(Udine Far East Film Festival)，德國奧柏豪森(Oberhausen)國際短片影展，香港亞洲電影大獎，都邀請台北市電影委員會加入合作夥伴行列，影委會儼然成為臺灣電影在國際影壇的最佳經紀人。

點點滴滴的成績，為台北市電影委員會累積出更強大的自信與衝勁，格外令人期待未來的國際合作交流將會產生什麼樣的火花。





1. 在 2011 年坎城影展台灣之夜酒會，巴黎電影節巴黎創投單元負責人布拉克 (Thibaut Bracq) 與台北市影委會總監，共同宣布將首度合作「臺北—巴黎合作製片工作坊」。
2. 巴黎電影節總監歐德·愛柏 (Aude Hesbert, 右二)，特地於 2011 年 11 月底來臺北參訪，在歡迎酒會上與影委會駐歐經理王雅倫 (左一)、法國在臺協會學術合作與文化處影視專員史愷 (Jeremy Segoy, 左二)、影委會總監 (右一) 留下合影。
3. 導演陳駿霖 (左) 和鄭芬芬出席二〇一一年巴黎創投，前者希望找到歐洲發行商，後者希望找到合製資金。
4. 沈可尚導演《賽蓮之歌》創投會議。



## 與巴黎電影節 合作巴黎創投。

自二〇一一年起，影委會開始跟巴黎電影節合作巴黎創投，成功拉抬了臺灣電影企劃案在跨國合製片的吸睛度。

# PARIS

六月底、七月初舉行的巴黎電影節 (FESTIVAL PARIS CINEMA)，屬於尚未去度假的巴黎觀眾。巴黎城開起大型電影派對：通宵放映的電影仲夏夜，著名電影主題曲的卡拉OK之夜，以電影音樂貫穿全場的舞會，各種電影相關物件的影癡跳蚤市場……

到二〇一三年才剛滿十歲的巴黎電影節，求新求變的年輕作風，同時表現在國際競賽片的評審組成，入場觀眾、網路部落格格主都是一員。它的巴黎創投 (PARIS PROJECT) 單元，開放給國際電影企劃案，也以鼓勵新生代導演與跨國合製為主軸。

### 巴黎創投

#### 保留臺灣企劃案補助名額

二〇一一年，台北市電影委員會和巴黎電影節結盟。從此，透過巴黎創投平台，每年固定保留兩至三個補助名額給臺灣劇情長片企劃案。鄭芬芬導演《非嫁不可》、陳駿霖導演《明天記得愛上我》、林書宇導演《鄰家女孩》、沈可尚導演《賽蓮之歌》、曾入圍坎城短片競賽單元的德國導演貝廷佳 (Eicke Bettinga) 之臺德合製片《CROSSING》，都在巴黎創投榜上有名。

這是一項非常重大的突破！透過巴黎創投，很早就讓法國及歐洲的製片與發行公司看到電影企劃案，等於電影的行銷早就開始啟動，有助於爭取資金，結識未來可能的合作夥伴，開拓新的關係網絡。電影將會在巴黎和臺北兩地拍攝，只是多寡分配不同，但因為是合製片，將吸引更多法國片商願意投資、發行代理，等於幫臺灣電影工作者在國際多開了一扇窗，多創造一些機會。

由於每年約有三五〇位、來自三十個國家的國際製片、導演、買家、發行商參加巴黎創投，所以為期三天的密集活動，像是一場馬拉松相親會：由導演講故事提企劃，透過一連串一對一會議，尋覓彼此看對眼的合資對象。

對於跟臺灣電影合作，歐洲電影人顯然抱持高度興趣和期待，每一部臺灣企劃案都擠進滿檔會議，甚至一直開會到創投會議大廳關門才收攤。

### 巴黎工作坊臺法合製片教戰

巴黎創投另外還有座談及工作坊單元，通常鎖定某一特定地區，深入討論如何執行最新的拍片優惠條件，探討可能碰到的跨國合製問題，並邀

請具有實際合製經驗的製片分享過來人經驗，是電影節重要的國際製片交流平台。

台北市電影委員會與巴黎電影節特別策劃辦理臺北—巴黎工作坊，邀請臺法兩地對於跨國合製有興趣的製片參加，介紹臺法合作製片方面的遊戲規則，可能的合作對象，以及可能申請的地區補助等。邀請前來說明的單位如法國國家電影中心，開發地區視產業的 MEDIA 和鼓勵合製的 EURIMAGES 等。另外也安排坎城影展、鹿特丹影展與歐洲製片聯盟等單位的相關負責人，介紹歐洲製片人脈的運作，以及與影展合作的種種可能管道。曾經參與臺法合製片侯孝賢《紅氣球》、蔡明亮《臉》的製片人，也到場分享個案經驗。

在參與創投的臺灣導演展開一連串會議之前，甚至還特別為導演安排了劇本發展的一對一教練，以瞭解如何吸引歐洲觀眾來聽臺灣導演想說的故事，如何從對方的角度切入，如何用最貼切的語言來轉述想像中的影像，說服外國製片及投資人。

這一套工作坊加座談的務實討論





5. 二〇一二年巴黎創投臺北-巴黎工作坊現場。
6. 林書宇導演與法國導演兼劇作家 Licia Eminent 討論劇本發展。
7. 法國國家電影中心國際部主任 Frédérique Béreyziat (右) 以及國際合作製片專員 Julien Ezanno (左)，在工作坊說明 CNC 的合製片補助辦法。
8. 臺灣團隊於二〇一二年巴黎創投合影。左起：前景娛樂黃茂昌製片，黃盈傑製片，林書宇導演，貝廷佳導演，沈可尚導演，傳影互動陳振榮，影委會王雅倫，原子映像林怡玲製片。



世界的電影創作者申請。只要是劇情、動畫或紀錄長片，不分國籍，不限語言，也不局限於那些已跟法國簽訂雙邊合製協定的國家。在臺法影視交流日趨緊密的情況下，對臺灣電影工作者的確是一項福音。

**期待臺灣電影主題特展**

巴黎電影節除了競賽片放映、好玩熱鬧的活動與巴黎創投，還有一個很有看頭的電影特展，以國家為主題，洋洋灑灑的片單宏觀又深入。

像二〇一〇年以日本為主題的特展，一口氣蒐羅了近百部日本影片參展，時間從一九七六年到二〇一〇年，甚至非日本導演的作品也在其中。例如法國導演雷奈的《廣島之戀》，克林·伊斯威特的《來自硫磺島的信》，蘇菲亞·柯波拉的《愛情不用翻譯》，侯孝賢的《珈琲時光》等。看完這個特展，大概就能變成日本電影達人了。

令人興奮的是，台北市影委會向巴黎電影節爭取到二〇一四年以臺灣電影做主題特展，預計一口氣放映八十部影片，這將會是臺灣電影有史以來最大、最完整的國外影展活動。



### 搶攻歐洲市場與補助

與大巴黎電影委員會的結盟，當然是鼓勵一連串臺法交流的推進器，但透過巴黎電影節的創投平台，幫助臺灣導演到法國找合作對象，還有其他更務實的原因。

與策略教戰，對於臺灣參加巴黎創投企劃案的吸暗度，以及歐洲製片對臺法互惠合作的興趣，起了明顯的加分效果。



第一個主要考量是市場。

歐洲是全世界對非英語片最開放的市場。雖然大家都羨慕臺灣可以跟中國合作拍片，而且中國電影市場已躍居全球第二大勢力，但並非所有臺灣電影都適合這個商業市場。有些藝術性高於商業取向的臺灣電影，需要爭取國際上更高的能見度和商機，激勵臺灣電影維持創作上的能量。以巴黎為敲門磚，擴大尋求法國及歐洲合製片的可能，有利於切入歐洲市場。

另一個主要考量是補助。

法國國家電影中心在二〇一二年修訂了對非法語片的補助辦法，以藝術性和開啟法國觀眾文化視野為考量，鼓勵與法國合作製片，開放給全





## 魔鬼藏在細節裡。

台北市電影委員會辦理參加國際電影市場展業務，重頭戲有兩項：臺灣電影館攤位、臺灣之夜酒會。說起來挺簡單，只有兩項。但從參展前的籌備與宣傳，展期間打理大小事宜，到展覽結束後寫報告，事情繁瑣到多不勝數，每個細節環環相扣，只要略有疏漏，在國外連少個延長線都可以讓人雞飛狗跳。

### 展前籌劃力求完備

國際組人員通常在前一年的十一月，就開始籌備明年全年度四個國際電影市場展的參展業務，主要國際電影雜誌如《SCREEN》、《THE HOLLYWOOD REPORTER》、《VARIETY》等媒體採購計畫也一併展開。由於二月柏林影展和三月香港國際影視展的時間相當接近，幾乎是同步籌備。

每個市場展最遲在展期二至三個月以前公開對外徵展，接著國際組人員就開始一手打理大小事宜。包括蒐集參展片商圖文及影音資料、確定年度文宣主視覺、訂文宣品（電影手冊、廠商手冊、酒會邀請卡）進度、蒐集並剪輯宣傳影片片花、訂購參展攤位及相關設備、攤位設計規劃、訂酒會場地及餐點、規劃酒會橋段及空

間佈置、設計紀念品用環保袋、尋找伴手禮等等，然後是參展片商行前會議、行前記者會、打包寄國際快遞；外加一長串的等等、等等。為了應付緊湊的前置作業，國際組加班到晚上九點，已經是家常便飯。

幾年下來，影委會國際組已經將參展業務內化為一套攻守心法，內部分享的一份打包清單檢核表，登錄了密密麻麻的雜項：膠水、事務膠帶、封箱膠帶、名片匣、釘書針、釘書機、簽名筆……，名稱和數量寫得一清二楚，方便裝箱時一一核對勾選。瑣碎歸瑣碎，但當腦袋忙亂到記了東就忘了西時，這張表如同保命符，能確保「所有一該帶的東西都帶齊全。不然到了國外赫然發現少了剪刀，天曉得哪裡有賣文具？誰又有空去找？」

展前作業一切按部就班就萬事OK嗎？不，事情永遠是人算不如天算。譬如二〇一〇年籌劃釜山影展的臺灣之夜酒會，在出發的兩週前，大會臨時提出換場地的要求，怎麼溝通都沒有轉圜餘地，以致所有老早就搞定的酒會空間、餐點、邀請卡印製事宜，必須全部重新安排，而且還要花時間上簽跑流程取得同意，大家急到心都快跳出來了。



2 1



3



### 伴手禮學問大

伴手禮是連同文宣資料一起裝袋送給貴賓的小禮物，重點在於小而討喜，好攜帶，而且能傳達屬於臺灣的特色，屢屢讓影委會傷透腦筋。

最瘋狂的應屬二〇〇九年坎城影展的太陽餅伴手禮。

太陽餅小小一個，口味大眾化，又富臺灣特色，到底哪裡瘋狂了？買過太陽餅的人都知道，圓圓膨膨的餅身若遭擠壓碰撞，很容易變得又碎又扁拿不出手，所以包裝非得保留很大的保護空間不可；換句話說，箱子體積跟著很龐大。其次是基於法國的進出口法律規定，食品不能用國際快遞寄去。結論是：三個影委會女生自己



5



6

1. 出國之前，舉辦行前記者會造勢，也是國際參展業務之一。
2. 攤位不斷播放的宣傳影片片花，由影委會自己剪輯。
3. 臺灣電影館的文宣品琳瑯滿目。
4. 採購國際電影雜誌版面，為參展的臺灣電影館做置入性行銷。
5. 太陽餅連同臺灣電影手冊、參展廠商手冊、台北市影委會DM，是2009年的紀念袋內容物。
6. 影委會人員在酒會前必做工作，就是組成「裝配線」，將文宣品和伴手禮放進紀念袋，會後贈送給貴賓。



4

被企業尊為經營哲學之一的「魔鬼藏在細節裡」，也被影委會國際組奉為圭臬，從細節去思考，把多如牛毛的細節顧好，才能把參展業務做到完善。



12



11



10



14



13



15



16

7+8. 蔡明亮導演為坎城影展研發新口味餅乾，搭配小巧精緻的咖啡包，是好口碑的導演牌伴手禮。

9. 場記板造型隨身碟，是非常受歡迎的伴手禮。

10+11. 這一堆行李和太陽餅紙箱，跟著影委會人員坐飛機抵達坎城。小小公寓裡，文宣品和紀念提袋正等著一份份裝妥。

12. 影委會國際組人員佈置釜山影展攤位。

13~16. 臺灣電影館攤位：佈展中→佈展後。



9



8



7

扛過去，連同隨身行李和最後一刻才備妥的參展相關物品，加起來共有十一件行李，重量近百公斤，托運費就花掉三萬多元。



二〇一〇年的伴手小禮，影委會改打導演牌，請名導蔡明亮經營的咖啡店蔡李陸商號，準備精緻小包裝的咖啡和手工餅乾。蔡導還特別研發一款「坎城堅果咖啡脆餅」，國際影人風聞是蔡導製作，索取十分熱烈。

連續兩年準備吃的伴手禮之後，影委會腦筋急轉彎，改秀臺灣強項3C電子產品——隨身碟。而且還發揮巧思，將外包裝設計成拍片用的場記板造型，順便把電影手冊電子版內容存進隨身碟中。體積小，實用性高，果然贏得與會貴賓一致好口碑。

### 展館突發狀況臨機應變

到了國外，展期間的工作比展前階段更操煩百倍。一下飛機，國際組人員從扛行李就開始進入戰鬥狀態。佈置臺灣電影館攤位要有女工的俐落手腳與刻苦耐勞，迅速清點包裹，驗收並測試攤位設備，爬上爬下搬東搬

西調整佈置……，外加一個缺少餵食的鐵胃。

在國外參展，沒有突發狀況根本是不可能的事，國際組人員因此磨練出一顆「處變不驚」的強壯心臟，隨時見招拆招。最怕碰到宣傳影片格式與DVD機器不符，那種欲哭無淚的無助與焦慮，只要碰上一次就夠了。影委會從經驗中記取教訓，出國前就備妥幾種不同格式的影片檔案，而且有備份光碟，以防萬一。

在坎城，曾經發生了為了省錢在各影展運來運去的電視機故障，臨時跟主辦單位租也租不到，於是趕快想辦法找救兵，衝到當地的法雅客，直接買一台扛回攤位。

二〇一二年的釜山亞洲電影市場展，影委會在出發前，以國際快遞寄了八個沉甸甸大箱子到BEXCO展場攤位，結果被錯送到酒會場地GRAND HOTEL。在飯店不願意幫忙運送的情況下，影委會工作人員只好用最傳統的人力，把八大箱參展品用推車從飯店拖到BEXCO。幸好有熱情年輕的影展志工幫忙，不然可能臺灣電影館還沒開張，工作人員就要看跌打損傷醫生了。



20



19



23



22



21



25



24



18



17

17+18. 酒會佈展中與佈展後。

19. 適合的燈光有助於創造酒會氛圍。

20. 測試酒會現場影片播放。

21. 2012 年釜山影展臺灣之夜酒會，輪到影委會國際組專員王元希兼任主持人。

22. 影委會人員換下工作服，打扮體面，繼續在酒會各司其職。前排左起：國際專員王元希、駐歐開發經理王雅倫、總監饒紫娟、國際業務經理江郁華、工讀生 Vivian。後排左起：工讀生 Brian、國際專員／美術設計鄭皓元、電影人陳聖文。

23. 影委會人員在酒會接待處，嚴格過濾來賓憑邀請卡入場。

24. 《逆光飛翔》眼盲男主角黃裕翔演奏鋼琴，女主角張榕容一旁聆賞，是 2012 年釜山影展臺灣之夜酒會安排的壓軸驚喜。

25. 坎城影展臺灣之夜酒會的餐桌佈置，氣派中洋溢優雅美感。

臺灣之夜酒會身兼多職

國際組人員一方面照顧攤位，一方面分頭處理另一項重頭戲臺灣之夜酒會，確保所有細節與服務都到位。檢查酒水食物，測試音響與投影，安排媒體與貴賓座席，懸掛電影宣傳綉布。連燈光亮度也有學問，太亮沒氣氛，太暗則會讓媒體拍照畫面不夠清晰。然後一邊跟 DJ 彩排流程，一邊分裝送給賓客的伴手禮和資料袋。

等準備工作告一段落，大家急急忙忙卸下亂糟糟的勞動服，梳妝打扮一番，換上一身乾淨漂亮的宴會服，女工搖身變貴婦。

可惜沒有哪個人有貴婦命。

有人要下海客串主持人，有人到會場門口當起保全、警衛兼接待，嚴格過濾只有持邀請卡的賓客才能入場，避免有心人士趁機混水摸魚進來吃吃喝喝。酒會進行當中也不得閒，化身攝影師兼公關，到處照相記錄，滿場轉來轉去招呼客人，幫忙安排媒體採訪……滿桌美食忙到沒有時間嚐一口。

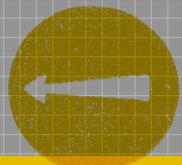
午夜十二點送走賓客，貴婦現出灰姑娘原形。有人收拾場地，有人捧著電腦到飯店大廳挑照片、寫稿，利用免費的無線上網發新聞稿回臺北，做第一時間的現場報導。

觀摩及搜集資料

只有在有空參加其他國家舉辦的酒會時，國際組人員才能享受到當客人的滋味，真正品嚐到酒會食物，晚餐費順便省下來。不過，此時並非無事一身輕，時時都在觀摩酒會現場的安排與互動，跟自己辦的酒會做個比較。

參觀別的展館攤位也一樣，都是抱持觀摩的心態，記下好的佈展點子，看到漂亮的文宣品就收藏起來當參考。

期間還要記得抽空翻翻報紙和雜誌，搜集與臺灣電影相關的媒體露出。等扛著大包小包資料回到臺灣，再埋頭苦寫結案報告，繼續與另一階段的細節奮戰。





3

1. 二月積雪的柏林街景。
2. 紅色熊是柏林影展的代表象徵。
3. 2010 年柏林影展臺灣之夜酒會。
4. 柏林的臺灣之夜酒會接待處，春聯一貼，年味立現。
5. 2010 年的臺灣電影館攤位，設於市場展第二會場 Marriott Hotel。



4

只不過天氣實在太冷，早起調時



5

真的巧合到不能在臺灣過年，那麼乾脆在柏林創造家鄉的年味。

在出發前，國際組會特地去迪化街採買應景糖果和春聯，用來妝點臺灣之夜酒會現場，把年節的迎春接福帶到柏林分享。外國影人拿起點心盤的金元寶端詳，好奇地剝開外層金色包裝，發現竟是甜蜜入口的巧克力，驚喜的表情猶如拿到健達出奇蛋，看來金元寶「東西合璧」的創意深深擄獲賓客的心。

差格外辛苦，又要在陌生異地密集工作，一不小心便觸動思鄉的敏感神經。曾經，看著《一頁臺北》在柏林首映，現場滿座與觀眾的熱烈回應，讓傾力協拍的影委會與有榮焉。但是，銀幕上閃現的是那麼熟悉的臺北，師大夜市麵攤老闆熟練下著水餃，大鍋子熱氣氤氳。「喔！好想吃熱熱的元寶啊！」國際組人員看著畫面，口水都快流出來了，食物的鄉愁一發不可收拾。收工後，馬上回出租公寓沖一碗從臺灣扛過來的熱騰騰泡麵解饑。



2

## 好冷的柏林影展。

又冷又嚴肅的柏林影展及歐洲電影市場展在二月舉行，影委會國際組人員的農曆新年，常以展為家度過。

作家陳玉慧在《依然德意志》一書中，形容柏林影展是「全球最具政治和社會正義的影展」，但不忘說上一句：「全世界也沒有一個影展會選在這麼冷的二月舉行。」

的確，在天寒地凍落雪的二月扛著箱子小心踩步的滋味，絕對令人難以忘懷。



1

二月的柏林，彷彿為接下來一整年全球各大電影盛會揭開序幕，也宣告影委會國際組全年的趴趴走行程就此啟動。每到一月初，電影界開始盯著已有六十三年歷史的柏林影展公布各單元入圍片單；而與柏林影展同時舉行的「歐洲電影市場展」(EFM)，各國參展業者更早於前一年的年底就摩拳擦掌動了起來。影委會從二〇一〇年開始承辦歐洲電影市場展臺灣電影館攤位，自然也不例外，幾乎每年十一月就展開籌

備工作。

### 在柏林過農曆新年

柏林影展於二月舉行，對影委會來說，象徵的不只是冷，還有一「卡到農曆新年」的時間壓縮，所有文宣品都得趕在年節之前印製完成。若時間



7



8

設攤的第二展場 MARRIOTT HOTEL，首次進入一位難求的主展館 MARTIN-GROPIUS-BAU，這一年的國片參展片商更多達十五家。

為期九天的市場展期間，主展場



6

### 臺灣電影受到媒體及觀眾歡迎

臺灣導演與列名國際三大影展之一的柏林影展，特有得獎淵源。一九九三年李安以《喜宴》抱回最佳電影金熊獎，讓他開始受到國際重視；林正盛、蔡明亮也曾在此獲頒不同獎項；周美玲的《刺青》拿過影展為同志電影設的泰迪熊獎；陳駿霖以首部劇情長片《一頁臺北》，在柏林奪下獨立獎項「最佳亞洲電影獎」。

二〇一二年，十位臺灣導演帶著《10+10》來到柏林影展，導演、演員、助理和參展片商聚在臺灣電影館攤位，熱鬧得就像一個電影大家庭。這部集結廿位導演心血的夢幻電影，以生猛創意呈現臺灣種種樣貌，在柏林的放映博得滿堂喝采，為觀眾開啟對臺灣與臺灣電影全新的見解，令國際媒體驚豔不已。難得齊聚的十位導演，浩浩蕩蕩出席記者會與映後座談，堪稱歷史性一刻，現場問答互動熱烈，觀眾鼓掌將近三十次。洛杉磯HBO記者甚至大讚：「太棒了！真是收穫豐富的兩小時。原來真正的電影在臺灣！」

### 臺灣電影館進入市場展主展場

值得一提的是，經過努力爭取，二〇一二年的臺灣電影館，告別過往

每天都有超過兩千五百人次參觀，連帶增加賣片商機。主展場的高人氣，也讓臺灣電影館的參觀人潮絡繹不絕，不少國際電影人士與公司過來瞭解臺灣電影現況與動態，包括日本、丹麥、義大利、法國、英國等許多國際製片，均前來討論在臺灣合作拍片的可能性。

柏林影展又冷又嚴肅，但觀眾對電影的熱情與片商交易的熱絡，卻讓會場及戲院一片暖洋洋。二〇一二年臺灣電影館攤位有了振奮人心的新氣象，導演們也成功向國際影展展現臺灣電影復甦不容輕忽的堅強實力。雖然無法在家過年，國際組人員心頭依然漾起達成使命的欣慰與滿足。

6. Martin-Gropius-Bau 主展場。

7. 電影《10+10》導演群，在2012年柏林臺灣之夜酒會留下難得的歷史性合影。導演群左起：陳駿霖、王嫻妮、沈可尚、魏德聖、顏文堂、王小棣、張艾嘉、朱延平、侯孝賢、楊雅喆。

8. 臺灣電影人難得在柏林聚餐過年。左起：演員藍正龍、侯孝賢導演、朱延平導演、張艾嘉導演、徐立功製片及夫人、演員錦亞蕾、演員霍思燕及曹瑞原導演。

9~11. 2012年，臺灣館攤位首度移師主展場，工作人員合力佈置。使用燈箱展示海報，在眾展館中格外醒目。

12. 酒會開始之前，現場輪播入圍柏林影展的臺灣電影劇照。



# 超緊湊的香港國際影視展。

三月舉辦的香港國際影視展 (FILMART)，簡直把香港人的精明幹練，以及當地典型的都會忙碌節奏，直接移植到會場來。這個由香港貿易發展局主辦的影視娛樂產業交易平台，為期僅四天，期間卻同時有香港國際電影節、亞洲電影大獎 (AFA)，以及亞洲重要電影融資平台「亞洲電影投資會」(HAF) 的舉行，吸引來自世界各地的製片人、發行人、創作人、投資者、技術業界代表踴躍參加，歡騰著亞洲地區影視產業的欣欣向榮。

**把握前兩天黃金宣傳期**  
基於兩岸三地影視產業關係密切，想當然爾，香港國際影視展成為華語電影市場的主要交易與宣傳平台。加上距離近，展期短，少了語言隔閡，幾乎大大小小的臺灣片商，都會在三月來到香港。主辦單位更在二〇一二年驕傲宣布影視展參與人次之多，僅次於法國坎城影展及市場展。短短四天，效益何其驚人！

影委會從二〇〇九年，開始承辦香港國際影視展臺灣



電影館業務，以聯合攤位方式提供國內業者使用，希望在版權交易市場和跨國合拍促成好成績。四天的工作行程緊湊不已，尤其會場所有相關的重要活動、論壇、頒獎、投資會、各參展國的酒會與餐會，不約而同擠在前兩天舉行，希望爭取到最大宣傳效果，結果就是讓所有人疲於奔命。

1. 在 2012 年的香港國際影視展行前記者會，貴賓共同啟動象徵臺灣電影「猛龍過江」的龍形裝置，左起：行政院新聞局許秋煌副局長、行政院新聞局楊永明局長、中國電視事業股份有限公司李泰臨總經理、香港貿發局台灣總經理馮瀚。
- 2~5. 歷年攤位主視覺看板，由上至下：2009、2010、2011、2012 年。
6. 香港國際影視展於香港會議展覽中心舉行。
- 7+8. 2012 年臺灣電影館攤位，以大幅扇葉型看板突顯強片氣勢。

香港國際影視展是華語片主要交易與宣傳平台，短短四天展期，活動密密麻麻，讓全世界見識到亞洲電影市場的昌盛榮景。



13



10



9



12



11



14

**星光搶奪大戰**

講到電影，檯面上最吸睛的永遠是明星，媒體的採訪報導更需要星光活潑畫面。由於展期前兩天時程特別緊湊，明星跟著忙得像小蜜蜂，各參展單位為了能在眾多活動中脫穎而出，莫不使出渾身解數爭取明星到場亮相，於是搶人劇碼頻頻上演。影委會承辦的臺灣影視交流酒會，幾乎每年都要跟亞洲電影大獎頒獎典禮來上這麼一段戲。

這是因為近年臺灣電影復甦交出亮眼成績單，每年都有影片登上亞洲電影大獎各項入圍名單。二〇一二年聲勢更是驚人，《賽德克·巴萊》、《那些年，我們一起追過的女孩》、《星空》、《翻滾吧！阿信》，均是入圍的話題電影。參展的臺灣導演與明星出席臺灣影視交流酒會，藉機為電影宣傳打片，而其中有不少人同樣是亞洲電影大獎頒獎典禮嘉賓。偏偏兩項重要活動有志一同，都選在展期第一天舉行。

臺灣影視交流酒會通常在下午兩點左右展開，而頒獎典禮走紅地毯是六點，兩者時間的銜接，顯然緊湊到不容任何閃失。於是酒會現場，便成為雙方工作人員暗潮洶湧的影人搶奪

戰場。影委會甚至曾經臨時更改流程，就是為了分秒必爭，讓喬好的星光貴賓得以逐一亮相致詞，當然他們一下舞台就被等得不耐煩的頒獎典禮人員帶走了。

二〇一二年的臺灣酒會湧入超過三百五十名賓客，吸引廿一家國內外媒體前來採訪，現場交流十分熱絡。但華人媒體不斷對影委會工作人員耳語：「柯震東會來嗎？」「柯震東來了嗎？」創下香港史上華語片票房冠軍的「那一」片，讓柯震東成為媒體守候的焦點，但因行程的關係，抵達酒會現場已經遲了，不但令等候的媒體焦慮，也讓影委會與亞洲電影大獎工作人員都為他捏了好幾把汗。

**合辦臺法交流酒會**

從二〇一一年起，台北市影委會在香港疾如旋風的工作時程，又添了一項重頭戲：與大巴黎電影委員會合辦臺法交流酒會，選在展期第一天或第二天晚上舉行。

這是兩個影委會締結雙城影視合作盟約之後，非常重要的定期交流活動，更是臺灣與法國兩地影人和業者開啟合作機會的最佳平台，雙方的合作關係是全面性的，包括創投、合製

與發行。由於結盟成效卓著，二〇一二年還吸引法國隆河區和阿爾卑斯山區的動畫推展委員會，加入共同舉辦酒會的行列，希望能進一步強化法國與亞洲動畫業者的連結。

**臺北與香港議定合作共識**

臺灣電影的豐富類型與創意，被公認為享有兩岸三地華語片領導地位；而台北市電影委員會在國際間苦心經營的好成績與能見度，包括擔任香港國際電影節「亞洲電影大獎」臺灣地區唯一選片單位，都讓港方難以忽視。

二〇一二年六月，香港藝文發展推手之一「香港藝術發展局」，由主席王英偉先生（兼任香港國際電影節協會主席）率領該局委員共廿二人來到臺北，首站就是拜訪台北市電影委員會，希望更深入瞭解影委會對臺灣影視產業的輔導及協助。

雙方並議定三項合作共識：擇期舉辦「雙城製片人才培訓工作坊」；參考影委會與巴黎創投模式，未來在香港電影創投會進一步合作；擇期舉辦雙城影展。

影委會與香港有關的一波波行



15

9 ~ 12. 明星是臺灣酒會的保證亮點，也是亞洲電影大獎典禮工作人員守候搶奪的對象。

13. 2012年臺法交流酒會假香港君悅酒店十一樓舉行，二百多位賓客蒞臨現場。

14. 2012年臺法交流酒會三個主辦單位代表致詞。左起：大巴黎影委會維雄總監、台北市影委會饒總監、隆河區和阿爾卑斯山區動畫推展委員會瑪莉蘇美樂主席。

15. 香港藝發局代表團與影委會饒總監（後排左四），在紫藤廬舉行的歡迎會合影。



4



3



2



7



6



5

# 電影人須朝聖的坎城影展。

五月舉行的坎城影展及電影市場展，是全球影界人士及新聞媒體絕不容錯過的盛事，大小活動令人目不暇給，影委會必須透過各種策略，幫助臺灣電影從中亮相。



講到法國坎城影展，即使不是影迷，都能從每年五月媒體的大幅報導，勾勒一幅天堂般的景象，裡頭有藍天、陽光、海水、沙灘、裸女、明星，還有電影。

對，除了裸女不常見之外，這些坎城影展都有，但媒體無法傳神描繪它是如此華麗，如此燒錢，如此關鍵，張揚著瘋狂的魅力。加上同期舉行的「電影市場展」(Marché du film)，規模及重要性皆居全球之冠，使得五月的坎城影展，猶如一場持續十二天(市場展為期十天)的電影盛會，揚著向藝術電影致敬的旗幟，商業買賣、交易合作、首映打片同時沸沸揚揚，世界各地的製片、導演、影評人、策展人、片商、影迷、媒體，紛紛跑來朝聖，熱鬧非凡。

## 兵家必爭的宣傳良機

坎城影展堪稱國際媒體出席率最高的影展，華人媒體也到得最多，因此各家片商與參展攤位莫不把握良機搶曝光，各式宣傳策略與打片奇招在坎城漫天飛舞。

這也是為什麼大巴黎與臺北市兩個電影委員會結盟，選擇在坎城影展期間正式對外公布消息。《艋舺》導

演和演員穿著八〇年代的劇中戲服，特地到坎城宣布開拍計畫。《酷馬》劇組騎著臺灣運過來的MIT腳踏車，繞行坎城影展附近大街小巷打片。而台北市影委會早於每年年初，就做好重要國際專業媒體採購計畫，知名電影雜誌《SCREEN》、《VARIETY》、《THE HOLLYWOOD REPORTER》、《FILM BUSINESS ASIA》，都可以看到臺灣電影館和參展國片的廣告，以及領團的影視產業局長官說明臺灣拍片利多政策的專訪報導。影委會也為參加市場展國片，竭力爭取增加片商放映場次，並協助安排媒體採訪。

## 又貴又忙的電影大拜拜

如果要影委會為各個國際市場展安上關鍵字，那麼柏林是「冷」，香港是「趕」，坎城肯定是「貴」。

單是空展場不包含傢俱的攤位租金，不到三十坪，折合臺幣就要數十萬元，想要其他設備，租金就一樣一樣往上加。租一台電視的價格，都可以在當地買一台了。以往甚至每一個參展識別證都有上網時數限制，超過就要付費，所以影委會得為臺灣館另外採購網路，再無線分享給國內片商使用。幸好自二〇一二年起，總算進



化到Wi-Fi無線上網憑證免費吃到飽。

這個蔚藍海岸度假城鎮，本就端著養尊處優的商業氣質，在坎城影展期間物價更是三級跳，吃跟住都貴得嚇人。影委會工作人員一起擠一間出租小公寓，每天上午九點到晚上七點死守攤位，招呼來來去去的片商，收集名片，推銷國片，張羅茶水，中午隨便啃個餅乾洋芋片打發掉。晚上若還有力氣有時間，大家輪流買菜在公寓煮飯；如果累到沒有人想動，索性沖一碗塞在行李箱的泡麵最省事。因為外頭小餐館一個人隨便吃，折合臺幣千元跑不掉，出差費根本吃不起呀。有時為了和臺北同事連絡，晚間必須留在有網路的展場，什麼做飯、吃泡麵都不用奢想了，繼續認分窩在螢幕前啃餅乾。

午夜過後的坎城，街上依舊有人往，此時才是與國際影人真正搏感情的開始。一整天每個人各自忙著看片、開會、跑行程，誰有空放鬆多聊？只有等到晚上戲院都關門了，大家才能真正輕鬆鬆鬆喝杯小酒聊天交誼。很多人脈跟友誼跟事情，都是在這種非正式行程建立起來的。於是已經昏昏沉沉的影委會人員，顧不得調不過來的時差，硬是吞了杯咖啡，為

1. 電影市場展場地外觀。
2. 坎城影展的媒體群聚效應，讓大巴黎電影委員會選擇在此對外公布與台北市影委會結盟的消息。左起：大巴黎地區副主席 Julien Dray、大巴黎影委會總監維雄、臺北市前副市長李永萍、駐法大使呂慶龍。
3. 《艋舺》選擇在坎城宣布開拍，等同開始啟動國際行銷。
4. 盧米埃戲院門口的紅地毯，每到晚上競賽片首映時，總是聚集世界各國大批記者及追星粉絲。
- 5~7. 歷年坎城臺灣電影館攤位。



1



14



10



16



15



11



17



12



18



13

8. 時間很晚人也很多，但身兼使命的影委會駐歐經理（中）還是入境隨俗，準備出門跑趴。
9. 影委會人員整理即將懸掛於酒會現場的大型宣傳綉布。
- 10~13. 2012年，將近六百位貴賓等候進入臺灣酒會的盛況，這一年的場地設於 Miramar 餐廳。
14. 臺灣之夜酒會的食物向來令賓客驚豔。
15. 成龍現身 2012 年酒會現場，立刻引起全場騷動，被媒體團團圍住。
16. 駐法大使呂慶龍透過法語布袋戲演出，向酒會嘉賓介紹臺灣電影及特色產業。
17. 重要電影貴賓齊聚 2011 年坎城臺灣之夜酒會，左起：台北市影委會總經理、巴黎電影節巴黎創投單元主席布拉克、《海峽》監製唐在揚、駐法代表處新聞組劉代光組長、大巴黎影委會維雄總監、《翻滾吧！阿信》男主角彭于晏、《海峽》男主角任賢齊、《翻滾吧！阿信》製片李烈及導演林育賢。
18. 《臉》入選影展競賽片，青天白日滿地紅國旗也因此得以飄揚於坎城。



9

臺灣電影打起精神，入境隨俗出門跑趴去。

### 有口皆碑的臺灣之夜酒會

台北市影委會在各個影展承辦的臺灣之夜酒會，已經跟臺灣電影一樣做出品牌來了，在講究排場與優雅兼具的坎城影展，更是有口皆碑。

酒會通常選在展期第三或第四天晚上舉行，大約從晚上八點持續到午夜十二點，地點設於海濱飯店。場地特有的結合室內與戶外沙灘的大型流動空間，洋溢濃濃度假氣氛，現場輕食和飲料琳瑯滿目，擺盤充滿引人垂涎的視覺美感，配合恰如其分的燈光與現場 DJ，以及嚴控在四十分鐘以內的致詞、看片例行流程，所有小心翼翼安排的環節，共同營造出有助於賓客放鬆心情的氛圍，不管是影人交談或媒體採訪，都能各據一角自在交流。

連續幾年擔任酒會主人的駐法大使呂慶龍，有時還會秀上一段法語布袋戲，大力推薦臺灣電影與產業研發成果。臺灣之夜酒會，也宛如海外臺灣電影人的團結聚會，像是臺灣女婿巨星成龍，以及國際名導李安，只要在影展，一定會出席相挺，每到必

引起全場騷動，順便為參展的國片推一把宣傳力量。

臺灣電影復甦的新氣象，以及臺灣之夜的好口碑，使得二〇一二年的酒會湧入超過六百位賓客，創下三項紀錄：貴賓人數最多、影展主席出席最多、海內外媒體最多，為參展國片做了一次成功的行銷宣傳。

臺灣電影館攤位和酒會的絡繹人潮，讓影委會國際組人員在忙到精力盡之餘，深深為臺灣電影受到的矚目感到欣喜，不免也懷抱更多期許。

影委會清楚記得，參與影展的第一年，也就是二〇〇九年，《臉》風光入選坎城影展競賽片，大會展場外圍依慣例懸掛入圍作品國家的國旗。當國際組人員看到青天白日滿地紅在空中飄揚，驕傲與感動滿溢心頭。幾年過去了，影委會在坎城為臺灣電影鋪路的努力逐漸看到效應，臺灣電影，我們一起加油！





1. 左起：大巴黎電影委員會總監 Olivier-René Veillon、台北市電影委員會總監饒紫娟、羅馬電影委員會總監 Cristina Priarone、馬德里電影委員會總監 Manuel Soria de la Fuente、柏林-布蘭登堡電影委員會總監 Kristen Niehuus。

2. 歐洲製片聯盟坎城餐會會場。

3. 八位參與「台北工廠」計畫的導演，左起：臺灣張榮吉、伊朗 Alireza Khatami、臺灣沈可尚、智利 Luis Cifuentes、臺灣趙德胤、法國 Joana Preiss、南韓 Jero Yun、臺灣陳芯宜。

4. 坎城影展導演雙週主席 Edouard Waintrop 親臨 2013 年 2 月在臺北的開拍記者會，期待「台北工廠」計畫能夠持續下去。

5. 臺北市長郝龍斌希望透過「台北工廠」計畫，讓全世界看見臺灣、看見臺北。

6. 「台北工廠」監製之一李烈，向記者說明未來拍攝計畫運作。

席的臺灣製片人士，創造與眾多歐洲製片面對面接觸的大好機會。

餐會營造出一種輕鬆自在的「做朋友」氛圍，提供出席人士充裕的自由交流時間。各個製片根據聯盟手冊

所列每家電影公司提出的企劃案進行討論，氣氛熱絡活潑。出席的臺灣製片也備受關注，許多歐洲製片接連詢問相關影片企劃案與合作可能。

這種透過策略聯盟架構的平台，



# 8 坎城影展拓疆創佳績。

在坎城影展，影委會除了在行銷宣傳創造出人潮佳績，還打進歐洲製片聯盟開啟正式交流契機，並與坎城導演雙週單元合作「台北工廠」創作計畫。

台北市電影委員會是個永遠無法對眼前成果感到滿足的單位。酒會、攤位與買賣版權的人潮，比較是在產業鏈後端的行銷宣傳著力。身為臺灣電影的服務平台，以及行銷臺北市的協拍窗口，影委會亟思更上一層樓，希望主動凝聚各方能量，從產業鏈前端的國際合製與創作就開始使力，幫助臺灣的製片與導演順利產出更多優質影片。也就是說，最好在電影製作的起跑點，就取得未來國際能見度的通行令。

在兵家必爭之地坎城影展，影委會一步一腳印，努力發揮己身的平台功能。先是在二〇一一年促成臺灣與歐洲重要製片人脈網絡接軌，不到兩年時間，又擴及創作面與城市行銷，與坎城影展導演雙週 (QUINZAINES DES RÉALISATEURS) 單元合作「台北工廠」(TAIPEI FACTORY) 計畫。

## 出席歐洲製片聯盟坎城聚會

在歷史與經驗上，都比台北市影委會前進許多的締盟夥伴大巴黎電影委員會，二〇一一年，再次利用本身在歐洲的優勢地位及坎城影展的時機，鄭重推薦台北市影委會擔任歐洲製片聯盟 (CAPITAL REGIONS FOR

## 平台模式有助開啟臺歐合作契機

餐會意義重大。因為這是台北市電影委員會，首度參加與歐洲其他重要城市影委會的正式交流活動，時機難得，可以說明國際製片團隊到臺北拍片的種種優惠條件，以及影委會所提供的協助。另一方面，也為一起出

將近兩百位歐洲製片。

CINEMA，簡稱CRC) 製片人餐會的特別來賓。

CRC的緣起，其實是一種平台策略。歐陸最大的四個電影產業市場——法國、德國、義大利、西班牙，面對英美好萊塢英語片大軍的強勁競爭，亟思鞏固歐洲電影版圖的對策，於是在二〇〇五年，由上述四個國家最具影響力的電影委員會——大巴黎、柏林、羅馬、馬德里，發起組成歐洲製片聯盟，定期在歐洲四個影展(坎城、柏林、羅馬、馬德里)期間聚會交流，參加人員僅限這四國的電影製片人士。

從CRC的組成背景來看，不難理解為什麼這是歐洲最重要的製片人脈網絡。坎城的歐洲製片定期之約，製片人的行程再怎麼忙碌緊湊，都不願意錯過，二〇一一年，餐會就聚集了



8



7



TAIWAN ⊗ FRANCE



10



9

TAIWAN ⊗ CHILE



12



11

TAIWAN ⊗ IRAN



14



13

TAIWAN ⊗ KOREA

7. 趙德胤(中)與法國導演 Joana Preiss (左)合作《沉默底護》。(攝影/林家楡)
8. 《沉默底護》開鏡儀式。(攝影/郭政彰)
- 9+10. 沈可尚與智利導演 Luis Cifuentes 合作《美好的旅程》。(攝影/陳彥傑-9、郭政彰-10)
11. 張榮吉(左三)與伊朗導演 Alireza Khatami (左一)合作《老張的新地址》。(攝影/郭政彰)
12. 《老張的新地址》。(攝影/郭政彰)
13. 陳芯宜與南韓導演 Jero Yun 合作《豬》。(攝影/郭政彰)
14. 工作中的陳芯宜導演(左)與南韓導演 Jero Yun (中)。(攝影/李毓琪)

### 「台北工廠」前進坎城導演雙週

二〇一二年，台北市電影委員會開始和坎城影展導演雙週單元洽談，歷經半年的籌備與推動，終於達成合作共識，確定在世界影壇為臺灣電影敲開另一扇大門：「台北工廠」計畫，首屆於二〇一三年正式啟動。

「台北工廠」的運作方式，是由臺法雙方共同挑選出八位青年導演，以一位臺灣導演搭配一位國際導演的方式，合力於二月至三月的廿天期間內，在臺北創作四部十五分鐘的短片，並於坎城影展導演雙週單元開幕當天首映。

第一屆雙方共同選出的四位臺灣導演為張榮吉、沈可尚、陳芯宜、趙德胤，四位國際導演為 Alireza Khatami

能促成各個城市電影製片直接對話，做法深入又有效率，為台北市影委會帶來非常值得參考推廣的寶貴經驗。

(伊朗)·Luis Cifuentes (智利)·Jero Yun (南韓)·Joana Preiss (法國)。另外邀請葉如芬和李烈擔任監製。

導演雙週是坎城影展的獨立平行單元，由法國導演協會發起，關注具有強烈作者風格的新秀作品，不設競賽項目。四十多年來，已經成為孕育世界級導演的溫床，喬治·盧卡斯、麥可·漢內克、蘇菲亞·柯波拉、馬丁·史柯西斯等人，都曾在導演雙週嶄露頭角。臺灣導演侯孝賢《尼羅河女兒》、李安《飲食男女》、張作驥《黑暗之光》、易智言《藍色大門》，以及較近期的何蔚庭短片《夏午》，都曾入選該單元。

### 為青年導演創造國際發聲舞臺

相較於過去國片只能投件參展的情況，「台北工廠」可貴之處，在於化被動為主動，提供新銳導演一個突破創作模式與全球曝光的平台。臺北

市的國際能見度勢必跟著提昇，也以預期臺灣與歐洲影壇的雙邊交流，將隨之更為深入而堅定。

從人才培育的角度來看，八位青年導演不同的文化背景、語言、生命經驗將碰撞出創作火花，並能藉著跨國合作及參加國際一級影展開拓視野，對創作者的電影生涯肯定是一次加分經歷。「台北工廠」的未來發展潛力與無形價值，也因此更加令人期待。

在國際業務上，台北市電影委員會自我期許成為一個「面面到位」的平台。跟巴黎電影節合作巴黎創投單元，是從製片面切入；而坎城影展導演雙週的「台北工廠」計畫，則是在創作人才和城市行銷進一步鋪路。影委會推動臺灣電影積極參與國際影壇的強烈企圖可見一斑，更見證了國際組五年來鴨子划水所累積的能量。



1. 安錫影展臺北動畫館攤位。
2. 觀眾興奮地朝銀幕射紙飛機。
3. 影委會人員張貼攤位唯一——張大圖輸出。
4. 臺北動畫館展場。
5. 青天白日滿地紅國旗，和其他參展國家旗幟，飄揚在會場外廣場。



## 安錫動畫電影市場展打前鋒。



二〇一二年六月，剛剛揮別衣香鬢影的坎城不到兩週，台北市電影委員會又偕同十家臺灣動畫業者，來到湖光山色的法國安錫，參加動畫電影市場展。

安錫動畫電影市場展（簡稱MIFA）與動畫影展同時舉行，有著魚幫水、水幫魚的加乘效果，為期僅三天，卻擁有全球最大、最專業的規模。它與一般電影市場展最大的差異，在於前來的買家不僅有電影片商，還包括電視、DVD、新媒體、電玩及手機業者，與3C市場密切結合。

這裡的氣氛與坎城的華貴排場截然不同，老老少少看到最多的，是一派休閒的T恤、牛仔褲打扮。安錫動畫影展在電影播放之前，還有個出名的「射紙飛機」傳統，觀眾迫不及待朝銀幕射出飛機，戲院內一片興高采烈，歡呼聲不絕。

### 協助動畫業者找到國際接軌立足點

台北市影委會是以本身單位名義租下市場展攤位，也是第一次辦理「臺北動畫館」組團參展。在經費只有少少的五十萬，資源極度精簡的情況下，影委會仍決心開始耕耘動畫領



域，的確經過一番深思熟慮。

幾年來，影委會密切觀察全球影視產業變化，注意到動畫竟是唯一擺脫金融海嘯影響，並能持續成長的市場。加上《阿凡達》帶動3D動畫電影的興盛，動畫在全球電影版圖的地位已不容忽視。臺灣動畫產業實在有必要加快腳步，在競爭激烈的國際市場儘早找到利基。

國內動畫業界目前仍以代工為主，原創部分相形較弱。但若能結合臺灣3C產業的優勢，以及華語電影市場即將成為全球最大電影市場的條

件，仍然擁有更上一層樓的潛力。因此，台北市電影委員會決定憑藉過去承辦臺灣電影館參加國際市場展的經驗，協助國內動畫業者前往安錫參展，希望即使是小預算，也能達到最大的效益規畫與投資。

首度辦理的台北市電影委員會，跟國內動畫業者不相熟，沒有任何廠商的連絡窗口，僅僅透過影委會官網徵展，結果在短短十天之內，就有十家動畫製作公司報名，全都是自掏腰包，沒有任何補助，真切反映出動畫業者的需要與期待。

### 靠陽春攤位跨出第一步

影委會的攤位不大，所幸位置很好，結拜兄弟大巴黎電影委員會的攤位剛好就在對面。不過囿於預算，根本玩不起其他參展單位那般華麗眩目的展館設計。

全部的大圖輸出只有一張！就是台北市電影委員會的形象海報，貼在攤位正中央坐鎮。電視螢幕是自己運來的，參展廠商作品簡介影片也是影委會自己剪接，連膠帶、螺絲起子等一些基本用具都是跟鄰近攤位借來的。果然是貫徹每一分錢都要花在刀口上的阿信單位！

幸好每家廠商各自帶了作品的海報和文宣品，佈置一下，總算看起來活潑多了，不至於太寒酸。而且影委會文宣品的主色調，與會場的黃黑雙色調也搭配得宜。

開展前一天，大家齊心協力將攤位打理完畢，傍晚時分精疲力盡走出會場。中午沒吃飯的肚子餓得咕嚕叫，整個人頭重腳輕，恨不得有小叮嚀的任意門，瞬間穿越到湖對岸的餐廳。拖著腳步走著走著，突然有人驚呼：「看！國旗欸！」湖邊草地五顏六色的參展國家旗海裡，竟然看到青天白日滿地紅飄揚。

瞬時，每個人彷彿吞了大力丸，興奮地在草地上跑來跑去，想找一個最好的角度拍照留念，那些餓呀累呀，此時都不見了。在海外參展打拚看到國旗的感動，果然是一帖最佳激勵良方。





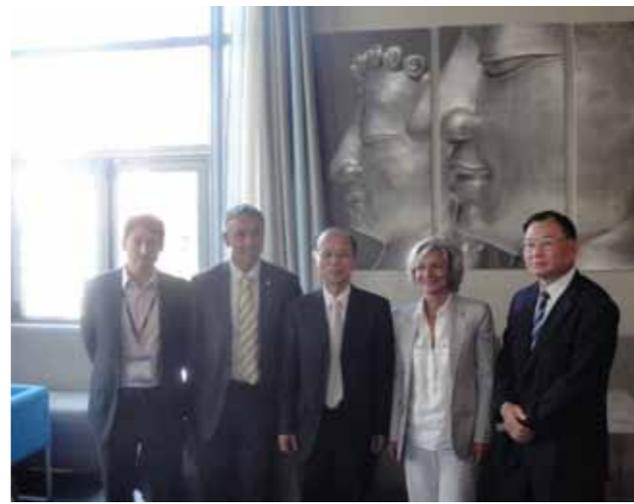
8



7 6



11



10



12

- 6. French Toast 快速約會，吸引將近三十家動畫業者聚集交流。
- 7. French Toast 活動現場，桌上擺著影委會提供給業者的文宣品。
- 8. 臺法交流餐會。
- 9. 安錫影展臺北動畫館參展手冊主視覺。
- 10. 左起：安錫市場展主席、影展主席、呂慶龍大使、安錫市長、駐法代表處新聞組劉代光組長，於交流餐會合影。
- 11. 呂慶龍大使（左一）在攤位直接與臺灣動畫業者開起圓桌會議，希望日後能幫忙向中央爭取更多資源。
- 12. 臺灣參展業者與駐法代表處及巴文中心長官合影。



9

**駐法代表親臨打氣**

雖然沒有大方氣派的臺灣之夜酒會，

於是一場名為「FRENCH TOAST」的商務約會就此展開。這是由IMAGINOVE主辦，邀請了臺北市、加拿大、愛爾蘭、大巴黎、丹麥和巴賽隆納的影委會參加，由各個影委會推薦有興趣的參展廠商，經由事前問卷徵詢，瞭解各家公司的特性和需求，然後像婚姻介紹所一樣為廠商安排快速約會，每次以十分鐘為單位，進行初步認識與判斷，雙方若「看對眼」，再另外進一步洽談，非常乾脆，完全不浪費時間。

**快速約會媒合廠商**

影委會發現，不同於一般電影業者自己手上總有一些國際人脈名單，臺灣動畫廠商在國際接軌方面，很少有接觸管道，近乎從零開始，也因此特別需要台北市電影委員會的平台服務。

雖然首度參展十分精簡，但至少台北市電影委員會開始提供一個國際接軌的平台，協助猶如孤兒般打拚的臺灣動畫廠商，向外多拓展一些機會。第一步永遠特別艱辛，不過，影委會因而能近距離瞭解動畫業者的處境與想法，做為未來業務規畫的珍貴參考。

一直站在第一線支持臺灣電影的呂大使，隨後特地走訪攤位，為參展的國內動畫廠商打氣，專注聆聽業者的心聲，並且表示願意幫忙請命，努力爭取更多政府資源。

但影委會仍安排了餐會。駐法代表呂慶龍大使特地搭乘清晨六點半的高鐵，從巴黎趕過來主持，還以逗趣的布袋戲致詞表演贏得滿堂喝采。安錫影展主席、市場展主席、安錫市長等貴賓，在跑行程的繁忙中仍堅持出席餐會，顯示大會對於爭取到臺灣參展的重視。



# 首度進軍 威尼斯影展。

每年八月底九月初舉行的義大利威尼斯影展，在二〇一二年首度設立電影市場展。台北市電影委員會以本身單位名義，搶進設攤。

## 企圖卡位的威尼斯電影市場展

義大利經濟危機蔓延，讓這個歷史最悠久的國際影展，開始格外重視電影的商業效應，首度帶進國際影視買賣的交流平台，為期五天。時間點剛好夾在五月坎城、二月柏林兩個國際一級影展及市場展之間，企圖卡位成為歐洲電影市場中繼站的用心非常明顯。回鍋的影展主席巴貝拉（ALBERTO BARBERA）也說，希望威尼斯市場展成為世界買家開啟影視交易的前哨點，意即搶在北美地區最大電影交易市場多倫多影展之前，先馳得點。

由於是第一屆，買家與業者大部分來自義大利及法國等歐洲地區，其次是美洲，亞洲參展業者只有臺灣（僅發行商海鵬影業參加）、日本、韓國及香港，所占比例不到五分之一。看得出来主辦單位先鞏固歐洲本土交易網絡的推動方向。

## 影委會為臺灣電影業者探路

台北市電影委員會在市場展設攤，主要目的在於推廣臺灣電影，以

及行銷臺北市形象與影視優惠服務，也等於幫國內業者先行探路。

本屆威尼斯影展，臺灣僅有大師級的蔡明亮導演《金剛經》短片，獲選為地平線單元閉幕片，因此台北市影委會特地與蔡導合作，規畫一系列代表臺灣電影的宣傳品，有精華影片、大型海報輸出、形象文宣，十分醒目，並且精心附上由蔡導所經營的蔡李陸商號咖啡包。主導演牌果真有效，不少參展人士聞訊特地前來。

就影委會的觀察，雖然第一屆威尼斯電影市場展人氣不算高，業界也多半暫時選擇觀望，不過參加的專業人士反應很不錯。長遠來看，挾威尼斯影展的悠久歷史，以及市場展舉辦的時間點，假以時日，將逐步形成規模與效益。

## 宣布與義大利RAI CINEMA結盟

除了參加市場展，台北市電影委員會還有一樁國際交流大事：在九月一日的記者會上，宣布與RAI CINEMA（義大利國家影視公司）結成合作夥伴，簽署合作備忘錄。

這是繼二〇一〇年與大巴黎電影委員會簽約後，台北市影委會城市締盟的第二位好朋友。未來雙方影視業

者可互享優惠服務，包括勘景、住宿、協拍、宣傳、行銷，另外也將透過多元的交流模式，例如邀請義大利團隊來臺北訪問本地業者、舉辦臺灣電影工作坊等，為彼此的影視產業攜手開拓更大的國際市場。

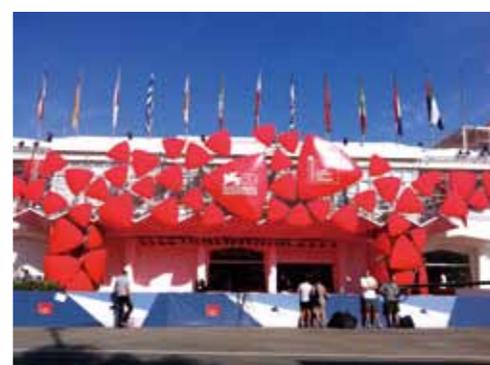
## 啟動臺義合作平台

RAI CINEMA在義大利影視產業的地位舉足輕重，很像過去的中影。它是義大利國營企業，負責電影製作及銷售，也是威尼斯影展最主要的合作單位。攤開二〇一二年影展競賽單元入圍片單，十八部裡就有三部是RAI CINEMA投資或合拍的電影，其它觀摩單元的影片，還有更多該公司製作或跨國合資拍攝的作品。

二〇一三年，雙方預定將於臺北市正式簽約。基於與大巴黎影委會的合作交流效益十足，影委會也非常期待打通臺義合作平台，為臺北市吸引到更多國際影視合製作品前來拍攝，並且為臺灣電影在國際影壇爭取更高的能見度。



1. 電影宮（Palazza del Cinema）是威尼斯影展的放映戲院。
2. 影展於威尼斯麗都島舉行，靠水上計程車接送電影明星。
3. 威尼斯電影市場展在 2012 年首度舉辦。
4. 國際組人員佈置影委會攤位。
5. 影委會於威尼斯電影市場展攤位。
6. 蔡明亮導演入圍短片《金剛經》的大型海報輸出，在攤位十分搶眼。
7. 威尼斯影展晚場放映散場人潮眾多，左方有翅膀的獅子影展象徵。
8. 宣布臺義合作記者會現場，事先為與會來賓準備好文宣品。
9. 2012 年 9 月 1 日的記者會，許多影展人士來到現場。
10. 影委會館總監與 Rai Cinema 執行長布羅寇（Paolo Del Brocco）簽署合作備忘錄。



台北市影委會當探路先鋒，參加首次辦理的威尼斯電影市場展，期間並與義大利 RAI CINEMA 簽署備忘錄，宣布臺義國際合作平台正式啟動。



5



6



7



3



4



2

## 交流緊密的釜山影展。

於釜山舉行的亞洲電影市場展，是許多臺灣導演尋找拍片資金的首選國際平台，台北市影委會也從加入亞洲電影委員會聯盟開始，正式邁出國際腳步。

台北市電影委員會從一開始成立，便鎖定釜山及香港兩個影展，做為開拓國際業務的亞洲重心。兩地都與臺灣電影界往來密切，尤其每年十月舉行的韓國釜山影展暨亞洲電影市場展，可說是影委會推動國際接軌的正式起跑點。

首先，台北市影委會在成立的第一年，就順利申請加入以釜山為據點的亞洲電影委員會聯盟（簡稱AFC NET）。這是全亞洲最大的國際非營利電影組織，影委會得以在此觀摩其他亞洲城市影委會的經驗，建立關係，在國際間開始行銷臺北市的影視協拍措施。

二〇〇九年，影委會開始承辦臺灣電影館參加亞洲電影市場展，同時持續參與AFC NET會員的交流活動與論壇，行銷臺北市的影視形象。到了二〇一二年，更獲選為AFC NET理事，顯見台北市影委會逐年快速累積的國際活躍實力。

### 亞洲新銳導演第一搖籃

一九九六年才創辦的釜山影展，至今專業影響力已經超越東京影展，更是臺灣導演的好朋友。因為它有一個聰明又成功的策略：除了競賽與觀

摩單元之外，積極打造一個提攜亞洲電影新秀的創投平台，吸引許多亞洲導演來釜山尋找第一桶金。

深受業界重視的APM單元（ASIA PROJECT MARKET，亞洲計畫市場；舊稱PPP，釜山電影資助計畫），提供一個國際合製片的強大平台，讓有潛力的亞洲導演跟製片，可以直接與國際投資者、合製公司面對面會談，尋求企劃案登上大銀幕的資金支持。不管案子還在編劇、前置籌備，或者已經在製作中或到了後製，只要是劇情長片，資金又還沒完全到位，任何製作階段都可以報名。扣除掉首度舉辦APM的一九九八年之外，每年至少都有一部臺灣電影企劃案入選，林正盛、蔡明亮、鄭有傑、林書宇、張

作驥、楊雅喆、周美玲等許多導演，都曾榜上有名。

另外一個ACF單元（ASIA CINEMA FUND，亞洲電影基金），則提供電影企劃案在劇本發展、後期製作或紀錄片的獎金資助及資源。林書宇《星空》便曾在二〇一一年獲得後製補助。

釜山成功透過影展及市場展的擴散力量，巧妙結合企劃案、人才、資金、技術、研究、放映、版權交易等面向，企圖貫穿整個產業鏈，牢牢鞏固釜山做為「亞洲電影工業城」的卓越地位。

### 影展新場地帶來攤位新風貌

二〇一一年釜山影展及市場展因為搬了新家，令所有人耳目一新。

影展盛大的首映及閉幕活動，選在甫落成的釜山電影中心舉行。多項跟影展相關的活動則集中移師BEXCO（釜山國際會展中心），將亞洲電影市場展、APM、亞洲電影委員會聯盟年會及亞太電影政策論壇、BIFCOM（釜山影展影視博覽會）結合在同一地點進行，呈現出與以往截然不同的活動及展覽型態。



1

1. 台北市影委會在成立第一年（2008），就順利申請加入亞洲電影委員會聯盟，饒總監開心拿著會員證書。
2. 2008年參加BIFCOM的小小攤位名牌，象徵台北市影委會國際接軌的重要一步。
3. 楊雅喆導演（左一）的電影企劃案《血色青花瓷》，在2012年的APM創投單元獲獎，在頒獎典禮與其他得獎者合影。
4. 2011年有多位臺灣導演出席釜山影展，左起：林育賢、李靖惠、林書宇、魏德聖、趙德胤、林正盛。
5. 紀錄片《不老騎士》劇組在酒會大合照，該片入圍2012年釜山影展超廣角單元正式競賽片。
6. 2011年，釜山影展主席李庸觀（中）、導演李靖惠（右）及導演林育賢合影。李靖惠執導的《麵包情人》還沒在影展正式公映，就搶先售出韓國版權。
7. 2011年啟用的釜山電影中心，入夜後LED屋頂絢爛奪目。



12



11



10



15



14



13



18



17



16

BUSAN  
CLOSE UP.

8. 釜山電影中心外圍佈置。

9+10. 2011 年的市場展擺脫飯店空間，首度移師 BEXCO 會場舉行。臺灣電影館的特殊設計，在一片制式攤位中特別醒目。

11+12. 影委會自己設攤參加 BIFCOM，2010 年的會場地點仍設於飯店內。

13~15. 釜山的亞洲電影市場展，在 2010 年以前，各家展館均設於飯店房間，只能簡單貼貼海報、擺擺文宣品，好處是空間感舒適，洽談隱密性也高。

16~18. 2012 年臺灣電影館攤位將背板加高，大方氣派，座位幾乎隨時都坐滿洽談的業界人士。

難題來了：影委會等於要照顧兩個攤位，雖然同樣設於飯店，卻是兩家不同的飯店，而且都不在一樓。於是本來就忙碌的參展工作，變成國際組人員在兩個飯店之間往返、上上下下，疲於奔命。

在市場展的臺灣電影館之外，台北市電影委員會也以自己的名義設攤參加 BIFCOM，地點同樣設於飯店。這是亞洲電影委員會聯盟在影展期間舉辦的活動之一，算是各個影委會的溝通平台，主要任務在於宣傳城市景點與拍片優惠措施，並展示器材及後製設備，是洽談國際合作的重要場合。另外，身為聯盟會員，台北市影委會也一定會出席年會及論壇，展開亞洲國家之間的討論與合作。

洽談的隱密性高，硬體空間也舒適許多，這樣的展場型態自有其優點。

過去，亞洲電影市場展的展場設在飯店房間，而非一般影展常見的開放式大型展場。因此文化部委託台北市影委會承辦的臺灣電影館，就跟其他館一樣，寄居一間飯店客房內。貼貼海報，擺好文宣品，租部電視播放電影片花，桌椅適當安排挪放，大概就是空間佈置能做的事了。不過參展商因應場地，通常事先就排定會晤。由於造訪的買家目標性比較強，

活動地點集中不再疲於奔命  
如果曾經在二〇一一年以前參加過釜山影展，就明白為什麼把所有活動集中在同一場地 BEXCO，如此值得記上一筆。

到了新場地，影委會憑著老練經驗，把承辦的臺灣電影館攤位設計得別出心裁，十分醒目。例如二〇一一年的臺灣電影館經過特殊設計與施工，有加高的展館名稱看板、搶眼的海報燈箱、十字形空間區隔，讓各國片商對臺灣館的創意讚不絕口。



8

19. 在二〇一〇年臺灣之夜酒會，臺灣影人聯袂向即將退休的釜山影展金東虎主席致意。左起：攝影師李屏賓、侯孝賢導演、駐韓國臺北代表部新聞組劉明亮組長、演員楊貴媚、張作驥導演、蔡明亮導演、林正盛導演、金東虎主席。

20. 金東虎先生和楊貴媚與酒會現場來賓互動。

21. 2012 年的臺灣之夜酒會選在 Grand Hotel 氣派十足的會場舉行。

22. 釜山影展主席李庸觀（前排左三）、釜山影展榮譽主席金東虎（前排左二）、文化部影視及流行音樂產業局副局長田又安（右二）及其他貴賓，一起切下 2012 年臺灣之夜酒會慶祝蛋糕。

23. 饒總監在 2008 年亞洲電影委員會聯盟舉辦的論壇上，報告臺北市的協拍機制與優惠辦法。

24. 影委會在 2009 年 BIFCOM 的攤位。



22



20



19

### 最感人的一場酒會

台北市影委會承辦的臺灣之夜酒會，不論在餐點、橋段、流程、氛圍的安排都十分用心，早就成為各個影展的口碑酒會。然而，二〇一〇年釜山影展的臺灣之夜，堪稱熱淚指數最高的一場，讓各國影人同感溫馨。

二〇一〇年適逢釜山影展金東虎主席將宣布退休交棒。他在影展服務長達十五年，是臺灣電影圈的好朋友，在國際上極力支持臺灣電影。因此國內好幾位重量級電影界人士事前就商定，要在酒會上給金先生來個大驚喜，表達由衷謝忱。

影委會依慣例在兩個月前訂妥酒會場地，豈料離出發兩週前，接到大會告知：「如果要邀請金先生出席就得換飯店。」怎麼拗都拗不過，於是籌備酒會的所有流程只好從頭來過一次：訂飯店、報價、議價、公文上簽、邀請卡設計與印刷……，搞得國際組人仰馬翻。

那一場酒會，導演侯孝賢、蔡明亮、張作驥、林正盛、鍾孟宏、林書宇、陳駿霖、姜秀瓊、蕭雅全等，以及攝影大師李屏賓、製片李崗、演員納豆、高盟傑、李亦捷、姚淳耀等眾多臺灣影人都出席了，現場聚集了近百位來自世界各地的電影人士，熱鬧非凡。

金主席在致詞時更是難抑情緒大聲說：「LOVE 侯孝賢，I LOVE 蔡明亮，I LOVE 楊貴媚。I LOVE EVERYONE OF YOU。」

後來有來賓對影委會人員表示：「這是我參加過最感人的一場酒會。」

### 亞洲電影委員會聯盟的討論分享

台北市影委會屬於亞洲電影委員會聯盟大家庭的一分子，從中獲得許多資訊交流與議題討論的寶貴機會，掌握國際影視產業脈動。

聯盟舉辦的 BIFCOM，以及會員大會與亞太電影政策論壇，台北市影委會從成立之後每年都沒缺席過。二〇一二年，在一場主題為「電影委員會如何成為影視產



23



24

酒會的重頭戲，是與金先生情誼甚篤，又是該屆新浪潮單元評審之一的影后楊貴媚所擔綱的表演。

她穿著一身高雅華貴的傳統韓國禮服出場，不懂韓文的她硬是苦練，獻唱經典韓國歌曲〈我愛你〉（傳唱地位等同〈月亮代表我的心〉之於華語歌壇），代表臺灣電影圈感謝金東虎先生的厚愛，金主席更在眾人簇擁下上台與楊貴媚共舞，全場氣氛為之沸騰，許多嘉賓不自主紅了眼眶。

「業推手」的論壇上，奧克蘭影委會執行經理布魯克（MICHAEL BROOK）提到，電影委員會的功能不斷在演變，從早期單純提供勘景服務，逐漸轉變為培育電影人才、推動國際合製案，近年面對全球經濟持續不景氣的情況，受到波及的電影產業，更需要電影委員會幫忙推一把。

奧地利影委會總監博若（ARIE BOHRER）也呼應說，歐洲各國的電影委員會，現在都採取積極的獎勵或退稅措施，目的是吸引更多國際電影合作案到自己的國家拍攝，因為不僅促進觀光，也能增加在地工作機會。

這些國際影人的看法，跟台北市電影委員會的努力方向不謀而合。

21



## 兩岸電影交流 專業為先。



兩岸合拍片到臺北取景越來越常見，兩岸電影人在國際場合相遇也都以專業為重，即使影委會偶然碰上打壓臺灣的小動作，也不致影響雙邊實質交流。

1. 沒辦法走上東京影展綠地毯，臺灣影人索性在宴會廳把綠色菜單鋪成星光大道，為自己和現場工作人員加油打氣。
2. 臺灣之夜酒會擠進眾多現場媒體採訪明星。
- 3+4. 東京影展「臺灣特集」影片《獵豔》(3)及《艋舺》(4)，導演及演員在首映後出席映後座談。
5. 《艋舺》於影展後，將在日本做全面性商業放映，此為日文版海報。
6. 臺日中港四地合製片《台北飄雪》海報。
7. 亞洲電影委員會聯盟大會假釜山 BEXCO 會場舉行，在西安代表引發短暫政治插曲之後，各項分享討論順利展開。



6



5



4



3



2



1

兩岸合拍片是華語電影市場不可抗拒的風潮，劇組到臺北取景拍攝近年也越來越常見，影委會因而從中觀察到一個有趣的現象：原先對臺北不太瞭解的中國劇組來到這裡之後，對於臺北城大街小巷的風光，以及美食，都不由自主留下深刻印象，主動加景，並且口耳相傳，推薦給其他中國劇組。

### 兩岸合拍片主動加景拍攝

中國演員趙薇為了電影《愛》來臺北拍片，看到東區夜晚的繁華都會景象驚嘆不已。電影《台北飄雪》，原本計畫臺北市在影片裡曝光的部分，只有一點點——一大樓的中遠景。沒想到來了以後，在大街小巷繞啊繞，充滿常民氣息的巷弄，對比宏偉現代的商業大街，讓導演為臺北的多變風情著了迷，主動加景到二十分鐘之多，還把他覺得獨具特色的小巨蛋電視牆也拍進去。

自動加景，幾乎成了對岸劇組來臺北取景拍攝的慣例，藉拍片之便順道享受各種美食小吃，更是一定要做的事，甚至回到中國後還自動宣傳。他們會問台北市影委會的協拍人員：「我們想到西區拍，那裡有什麼好吃的？」因此，影委會提供給他們場景資料之餘，通常還會附帶提供附近的

不休，鬧到最後，在主辦單位無奈之餘，中國說不走綠地毯了，而臺灣則是走不成。

### AFC NET 聯盟因證據十足

另一次意外插曲則發生在二〇一二年十月釜山影展期間，亞洲電影委員會聯盟的會員大會。這個現今亞洲最大的非營利電影組織機構，目前擁有來自十九個國家的五十個會員城市／國。台北市電影委員會於二〇〇八年被認證為正式會員，饒紫娟總監並在二〇一二年的會員大會獲選為聯盟理事。

而來自中國西安的西部電影集團，剛好也是新理事。在大會上，不懂英文的中國代表用中文致詞，劈頭就說：「很高興今天中國有兩個城市當選理事，一個是西安，一個是臺北……」

饒總監立即以中、英文澄清：「我們來自臺灣，不是中國。」並接著以英文表示：「今天大家在這裡是為了電影，不是為了政治。現在全球面臨經濟衰退、能源災難、環保問題，有那麼多難題要解決，大家要想的是電影可以為未來做些什麼，有所改變。我們需要的是『Dream maker』，不是『Trouble maker』。」

美食資料。

兩岸電影人士在專業工作上的合作，早已延伸至生活面的友善分享，互動頻繁。在國際間的電影場合相遇，也以交流為重。只不過個人脫序行為引發的意外，偶爾難免發生，影委會就領教過兩次。

### 東京影展走不成綠地毯

二〇一〇年十月，一向關注臺灣電影的東京影展，特別邀請台北市電影委員會與行政院新聞局、臺北駐日經濟文化代表處，共同合辦「臺灣特集：臺灣電影復興2010—美麗新世代」單元，在影展期間播放六部最新的臺灣電影，六部影片的導演與主要演員都出席相關活動。

如此意義非凡的盛大出擊，就在能見度最高的走影展綠地毯星光大道前一小時，殺出政治矮化事件。

中國代表團團長要求影展主辦單位，強迫臺灣代表團的名稱前面要加上「中國」，或改為「中華臺北」，被當時率領臺灣代表團的新聞局電影處陳志寬處長嚴正拒絕，表示不該把政治扯進文化藝術，況且名稱是早就跟主辦單位溝通好的，不應該干涉東京影展的做法。然而對方繼續爭吵

語畢，全場響起贊同的掌聲。大會主席進而強調，這是一個不涉政治的電影場合，會員是以城市之名出席，沒有什麼國家的問題。

碰上這類帶政治色彩的意外情況，很難期待事件現場的其他國家或主辦單位會如何表態，但台北市電影委員會人員都必須拿出專業與尊嚴來捍衛立場，當下立即做出明確回應。

所幸兩岸關係逐漸融冰，偶爾出現的吵鬧之舉，完全無礙於雙邊影界人士的合作交流。也唯有以電影創作、電影專業為優先，華語電影才能在全球市場上發光發熱，占舉足輕重之地。



7