

出國報告（出國類別：考察）

參加「演藝北京」劇目交易會

服務機關：國立傳統藝術中心

姓名職稱：傅寯副研究員兼科長、趙心如科員

派赴國家：中國大陸

出國期間：106年4月10日至14日

報告日期：106年6月12日

【摘要】

「演藝北京」劇目交易會係由中國大陸長年從事演藝產業趨勢與節目市場動態調查研究之北京道略演藝產業研究中心主辦，該中心旗下道略網為演出製作與節目資訊之重要交流與媒合平台。

本案藉由出席大會論壇並考察實體展區，觀摩其現場劇目推介與線上交易媒合互為表裡之概念與作法，以供本中心節目版權交易平台計畫之參考借鏡。另透過拜會各重要場館和機構代表，進行國際製作趨勢分享與節目創製交流，同步辦理本中心節目版權交易平台建置推廣與論壇講座洽邀事宜。

另配合本案執行期程與地域關聯，前往蜂巢劇場觀摩孟京輝導演作品小劇場話劇《蛋》，亦規劃參訪正乙祠戲樓，期能拓展臺灣戲曲中心節目製作與巡演推廣效益。

【目次】

壹、前言	
一、參訪緣由	4
二、參訪目的	4
貳、行程安排及參訪議題	
一、行程	5
二、參訪議題及內容	5
參、參訪心得	20
肆、建議事項	21
附錄、參考資料出處	22

壹、前言

一、參訪緣由

為整合臺灣戲曲中心自合製節目產出成果與民間團隊經典作品，擴增劇目資源與文化內容流通之規模與利基，進而啟動後續授權媒合與增值應用，規劃透過節目版權交易平台之建立，發揚節目製作資料庫的概念與功能，架構臺灣戲曲中心與民間表演團隊、表演藝術同業、場館、藝術節、經紀人與策展人之交流路徑及合作體系。

因應本中心節目版權交易平台之建置推動，透過實地考察「演藝北京」劇目交易會，觀摩展示、交易、洽商、合作等各環節之執行細節與推動進程，尋求由個別節目推介、實體展位宣傳延伸至多元場館合作之思維與路徑；並藉由與當地主要劇場與展演場館等相關領域之機構及人士接洽，進行區域展演整合之資源與串連，以建立交流共識與對話空間，擴大節目版權交易平台發展面向及成果價值，架構創作交流與資源共享平台。

二、參訪目的

藉由出席「演藝北京」劇目交易會並進行觀摩演出與場館考察，希望達到以下目標：

- 考察節目交易會結合雲端授權平台與實體推廣場域之經驗與作法，及其內容主軸、核心議題和周邊活動之規劃設計，作為本中心節目版權交易平台創建過程之借鏡。
- 瞭解中國大陸演藝產業趨勢、場館經營生態與巡演運作策略，作為本中心三團一館經典作品與臺灣戲曲中心自合製節目營銷推廣之參考依據。
- 與中國大陸主要劇場、巡演院線與展演場館、演藝經紀、藝術節總監、策展人、劇場編導等相關領域之機構及人士接洽，建立關係網絡，作為後續深度互動與實質對話基礎，拓展傳統藝術發展版圖。
- 觀摩蜂巢劇場藝術總監孟京輝導演作品小劇場話劇《蛋》，探尋於現代劇場進行經典文本移植與創作之面向與可能。
- 參訪正乙祠戲樓，實踐場館合作與互動交流。

貳、行程安排及參訪議題

一、行程

日期	行程內容
4月10日 (一)	搭機前往北京
4月11日 (二)	1. 參加「演藝北京」劇目交易會 2. 赴蜂巢劇場觀摩孟京輝導演作品小劇場話劇《蛋》
4月12日 (三)	參加「演藝北京」劇目交易會
4月13日 (四)	參加「演藝北京」劇目交易會
4月14日 (五)	1. 參訪正乙祠戲樓並拜會劉欣然先生 2. 搭機返臺

二、參訪議題及內容

(一) 「演藝北京」劇目交易會

「演藝北京」劇目交易會係立足於北京的演藝產業年度盛會，至今已舉辦6屆，依託北京作為中國大陸演藝中心之資源與優勢，匯聚各類人才、劇目、演出團體與專業場館等，每年吸引近2,000位演藝產業人士至現場交流洽商，可謂演藝年度數據發布、劇目劇場展示交流、行業領袖經驗分享的場域基地。

本次交易會於中華世紀壇舉行，分為主題論壇、專題推介、劇目交易與專題洽商等重點項目，並於會中進行中國大陸年度演藝數據與趨勢分享，透過一站式的活動規劃與流程設計，衍生與會者作為論壇聽眾／講者及劇目採購／推廣等多重角色與功能，試圖有效媒合並創發供需雙方的交流資源與合作意向，促增活動辦理與執行效益，以提升交易會之能見度與影響力。會議議程與相關內容如下：

4月11日	
時間	活動內容

10:00-10:45	<p>◆ 臺灣劇目推介會—由廣藝基金會推介劇目《台北詩人》、《請聽我說》、《木蘭少女》、《地下鐵》、《剪紙人》、《生命幻想曲》（含第一系列《出生》、第二系列《長大的那一天》）、《蝴蝶效應》、《長河》、《兩男關係》、《台北·哥本哈根》、《黃翊與庫卡》等；當代傳奇劇場推介劇目《慾望城國》、《水滸 108》。</p>
11:00-12:00	<p>◆ 綜合劇目推介會—由常州恐龍園、襄陽市藝術劇院、阿拉索魔術工作室、八方文化、舞箏文化策劃、西區愛樂等機構與場館代表推薦劇目。</p>
13:40-14:10	<p>◆ 趨勢創新發布：分析年度演藝數據，分享演藝發展新趨勢 —由北京道略演藝產業研究中心諮詢總監針對 2016 年中國大陸商業演出市場總體規模情況進行介紹，透過演出票房、場次與觀眾等各類數據，列出以下發展趨勢：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 知名品牌市場集中度上升，專業內容製作公司效果顯現：以話劇為例，演出場次最多的十大機構院團，其市場集中度亦隨之攀升，由此可見強者越強之品牌磁吸效應逐年發酵。 2. 科技與演出全面結合，醞釀全新商機：運用虛擬實境、擴增實境、浮空投影與多媒體等科技手段，除能突破鏡框式舞台限制並提高空間使用率與互動體驗感，亦能減少成本，推動演藝產業革新。 3. 定目劇成為重要趨勢，促進市場實現良性循環：定目劇以場次換取口碑之特性，可深化駐館團隊與演出場館之合作，透過開發有票房保證的劇目，亦能形塑場館品牌並提高影響力。 4. 巡演開拓新思路，專業院線與體育館全面開啟：中國大陸巡演院線經過多年發展，逐步架構以保利院線與中演院線為代表之綜合性演出院線，並以區域中心城市為核心，輻射周邊省市區域，形成劇院聯盟，拓展團隊演出之圈域與腹地。另兒童劇與音樂會更利用體育館的面積與容量推展巡演，為市場開拓提供更多可能性。
14:10-15:20	<p>◆ 演藝榜單揭曉，發布劇目／機構排行榜—針對話劇、音樂劇、兒童劇、舞蹈、綜合演藝等分類發布劇目與機構排行榜，透過產業數據檢測市場趨勢並掌握發展前景。</p>

15:20-17:30	<p>◆ 分享：內容及模式創新—透過音樂、戲劇、音樂劇、文化傳媒、藝術經紀等各領域之團長、製作人、總監、董事長與總裁的講述與分享，研討民族音樂的創新傳承、當代戲劇跨文化融合探索與實踐、小劇場經營、沉浸式劇場（immersive theatre）的應用與前景、3D 浮空投影技術的商業策略與拓展路徑等議題。</p>
4 月 12 日	
時間	活動內容
09:30-12:00	<p>兒童劇推介會—由手拉手兒童藝術劇團、縱橫新天地、月月鳥、咏聲動漫品牌企劃、西安曲江美利通、廣涌文化、DT 兒童劇、小不點大視界、聚城兒藝、藝蓬傳媒與醜小鴨劇團等團隊與機構代表推薦劇目。</p>
14:30-17:30	<p>◆ 探討：“贏”銷之道—</p> <p>1. 講題：讓音樂劇從殿堂到廳堂 （七幕人生運營總監袁齊） 七幕人生創立於 2012 年，主要業務為西方經典音樂劇的版權引進和中文版製作，透過揀選不同型態屬性與題材風格的劇目，網羅各年齡層與跨世代的觀眾，開拓市場並建立品牌。 袁齊表示，為了發掘潛在受眾，在佈建廣告投放時，除了傳統的社交網站或是票務網站之外，亦同步於年輕學子或白領階級等較有意願嘗試不同娛樂型態的族群慣常使用之 APP，甚至是連鎖商店或速食產業的網頁進行宣傳。進而藉由積極營運微信訂閱號，強化互動並形塑認同，促使一般觀眾轉變為核心會員，最終以推辦主題式活動、提供專屬優惠、策劃後台探班等一系列規劃，逐步擴大影響力並建立粉絲群。 袁齊強調任何宣傳活動的執行都不應孤立或單一，並須回歸劇場環境或劇情內容，方能創造與觀眾的長久連結和深度關注。</p> <p>2. 講題：舞馬“北京站”演出場次超全球單地演出場次，奧義何在？ （圓核經典商務公關部總經理張婷） 《Cavalia·舞馬》係融合音樂、戲劇、舞蹈、馬術和雜</p>

	<p>技之大型演出，2016年北京演出場次共150場，觀眾人次為19萬，今年起更陸續展開各地巡演。張婷表示為擴大觀眾觸及層面，除了透過大數據分析應用擬訂營銷策略，提升宣傳的精準度，並利用演出直播、挑戰金氏世界紀錄與互動樂園等方式強化曝光率，未來更期待藉由品牌磁吸效應，帶動產業上下游的革新與整合。</p> <p>3. 講題：營銷 4.0 時代，沉浸式 IP 營銷離我們還有多遠？ （萬娛引力創始人兼 CEO 周簫）</p> <p>周簫認為結合網絡、實體、故事和創意是營銷 4.0 的重要元素，而沉浸式體驗必須兼容感官刺激、實際互動與長期參與才能打造成功的場景娛樂或劇場演出。沉浸式體驗突破虛擬和現實的邊界，讓觀眾有機會成為演出的一部分，若題材能持續引起好奇心、延長故事授權效期並逐步增強其影響力，相信對於未來的劇場生態會提供全新的概念與契機。</p> <p>4. 講題：如何讓每次演出都有商演贊助？ （房米網創始人黃建戎）</p> <p>黃建戎提及有關劇目推廣與異業結盟的操作策略，為使演出者與贊助商獲致雙贏，房米網藉由與地產開發商洽談冠名，甚至入股票房的方式，橋接大型企業與精緻藝術，完成資源整合與多元佈局。</p> <p>5. 講題：跨界營銷—打造流量新界面 （核桃品牌策劃 CEO，“又見平遙”、萬達文旅品牌顧問楊曉東）</p> <p>楊曉東認為成功的跨界必須高度聚焦，透過精而專的形式與價值，產出質量兼具的鏈結與成果。以上海 K11 購物藝術中心為例，結合零售品牌、公共空間與藝術作品，在完成商業目標的同時，亦提供觀者身心豐富的感知和體驗。楊曉東強調文化母體是跨界的土壤，以此為基礎才能進行持久與有意義的創作與互動。</p>
4 月 13 日	
時間	活動內容

09:30-11:00	話劇／音樂劇推介會 —由龍馬社、世紀華鵬、繁星戲劇村、七幕人生、環球百老匯、翰宇傳奇等場館與機構代表推薦劇目。
11:15-12:00	全球華人演藝網絡平台戰略發布會暨簽約儀式 —由聚石創藝、聚橙網、佳偉傳媒與台灣廣藝基金會等機構代表透過簽約儀式開啟戰略合作，串聯華文演藝市場。
14:40-18:00	<p>◆ 嘉賓演講—</p> <p>1. 講題：劇場巡演項目如何做好採購和推廣？ （小橙堡 CEO 兼聚橙網輪值 CEO 胡梁子） 小橙堡是聚橙網旗下家庭親子演出製作品牌，下設小橙堡兒童藝術劇團和小橙堡青少年管弦樂團。胡梁子指出，小橙堡的巡演模式係由被動受邀與單向出發，逐步調整為主動規劃、整合路線、系統排期與聯合作戰，達到營銷推廣精準化與前置作業規格化之目的。另為因應劇場觀眾經由觀劇次數的累積帶動鑑賞力提升，必須配合進行劇目的多元化與分眾。更依展演性質與受眾多寡規劃普及型劇目按日、品質型劇目按週、培育市場型劇目按月、探索型劇目按季巡演，確實平衡資源與收益。</p> <p>2. 講題：大型場館的運營策略 （國家兩廳院藝術總監李惠美） 國家兩廳院今年迎來成立三十週年，作為擁有 4 個劇場（戲劇院、實驗劇場、音樂廳和演奏廳）的指標性表演場館，自 2004 年起改為行政法人組織，納入企業精神並凝聚社會共識進行制度革新。2014 年起更與臺中國家歌劇院、衛武營國家藝術文化中心與國家交響樂團共同納入國家表演藝術中心體系。李惠美強調藝術總監肩負 CEO 及藝文資源分配角色，面臨自籌經費壓力更須審慎拿捏藝術堅持與經營走向。國家兩廳院透過引進富有挑戰的創作並提供完善專業劇場、穩定檔期規劃及人力配置，促進表演藝術發展並架構國際交流平台。</p> <p>3. 講題：老字號音樂廳的差異化運營思路與實踐 （北京音樂廳副總經理周佳毅） 北京音樂廳作為中國大陸首座專業音樂廳，歷經建築落成、重建開業、裝修改造等變革，近十年來透過策劃古典系列演出季、打開音樂之門與親子故事音樂會，積極</p>

打造品牌項目，演出場次更因此由每月 7 至 8 場次提高至每月 30 場次，有效提升市場活躍性與關注度。周佳毅表示開發和培養音樂人口是北京音樂廳未來發展重點，期能藉此累積青少年觀眾群體和次世代藝術資源。

**4. 講題：新建劇場如何做到開業一年吸引 50 萬觀眾？
（北京天橋藝術中心副總經理李婧）**

北京天橋藝術中心於 2015 年落成啟用，為結合傳承與創新、大眾與國際化為一體的綜合性藝術中心。開幕首年即達成邀請 150 個團隊、演出 600 場、觀眾人數 50 萬的佳績。

李婧分析，其經營策略係以策劃先行，推動整體品牌塑造。因應主要受眾鎖定 18 至 45 歲的白領都市階級，除策劃 105 年的音樂劇、華人春天藝術節、繽紛童年藝術節與新經典藝術節，以及本年度的世界女性藝術節與慶祝香港回歸 20 週年系列演出活動，更主動引進近 500 場首次來京、來華劇作，佔全年演出的 69%。並以十大新銳的概念辦理集中展演，打造文化創造力的展示平台與青年藝術家成長基地。更藉由設置惠民專場，規劃近 40 部劇目提供人民幣 100 元以下的優惠票 10 萬餘張，搭配舉行近百場主題展覽、文化沙龍、後台探班、工作坊、講座與劇場開放日等整體參與人次近 5 萬的各式推廣活動，強化社會效益與培養觀演習慣。

**5. 講題：劇場院線巡演合作模式及營銷推廣實踐
（中演票務通副總經理周雷）**

周雷指出，院線巡演對於演出推廣而言既理想又困難，雖可避免持續與單一劇場協調之繁瑣程序並確保場次數，但進入巡演體系的門檻，以及檔期與成本控管的複雜度往往令人望之卻步。

進一步分析院線巡演的基本合作步驟，可分為確定節目資料和條件、項目評估與檔期成本、合作模式與細節談判，以及場地確認與合約簽訂四大階段。

至於合作模式則包括最理想的項目發包、最保險的分票房、最風險的租場合作與最物美價廉的院線投資合作。周雷特別提醒演出製作進入各類院線與聯盟的規則，例如中演院線要求優質劇目、保利院線採取集群化與標準化的採購模式、劇院聯盟則有小區域化與半封閉性的特

性。

**6. 講題：從古戲樓到現代演出劇場的躍升發展之路
（海航文化演藝事業總監、新華雅集總經理李昆）**

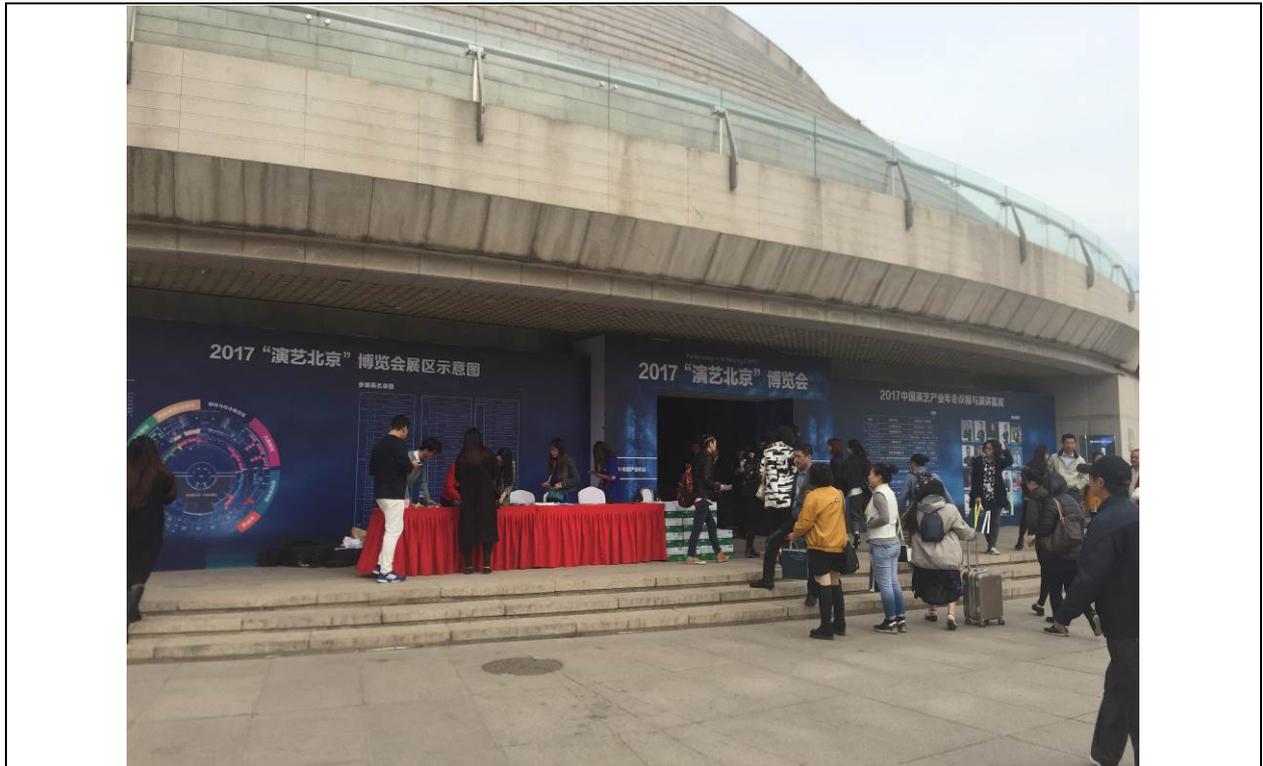
正乙祠戲樓擁有三百多年的歷史，李昆表示近年為多元發展符合古戲樓質性與內涵的演出作品，設定目標觀眾為 22 至 40 歲的非票友群體，受過良好教育且有一定經濟基礎，但對傳統戲曲接觸較少的白領青年，特別是職業女性。演出定位以年輕態國粹戲曲為主，注重年輕世代的興趣引導和養成，目標為建立傳統文化藝術平台與北京文藝新地標。由正乙祠戲樓之平均票價人民幣 255 元、平均售票率 97%、單場票房人民幣 4.1 萬、1980 年後出生之年輕觀眾佔 70%觀之，確實達成了推動精緻藝術受眾年輕化之目標。

**7. 講題：傳統地方戲曲如何拓展演藝新邊界？
（長春和平大戲院有限公司副總經理邢岩）**

和平大戲院創建於 1997 年，以東北地方戲曲二人轉作為品牌發展主軸。邢岩表示，近年面臨市場萎縮、觀眾流失與演員銳減，院方透過劇種建設、品牌建設、傳承創新、人才培養與交流推廣，進行劇種的保存與扶植。同時配合東北地方戲培訓學校的設立，以及原創作品的開發，成功引領二人轉走向城市並邁向國際。

**8. 講題：如何打造最走心的親子藝術空間？
（小不點大視界聯合創始人、運營總監宣振興）**

宣振興以小不點大視界的營運經驗為例，提出有關親子劇場的構思與設計著重於內容、體驗、空間打造三大面向。首先劇目整體規劃係以全球採購的理念為起點，提供異質的演出類型與文化體驗，並透過品質控管，確保劇目價值與營銷亮點。進而藉由演出前後活動及工作坊、配套展覽與衍生性商品，豐富系列體驗並提高親子陪伴質量，達到劇目內容的完整開發。另為完備觀劇流程與觀眾服務，除依劇目內容設計動線與布置，更須留意工作人員培訓，以落實觀眾引導與良性溝通。



「演藝北京」劇目交易會舉辦地點中華世紀壇外觀



大會議程與演講嘉賓展板



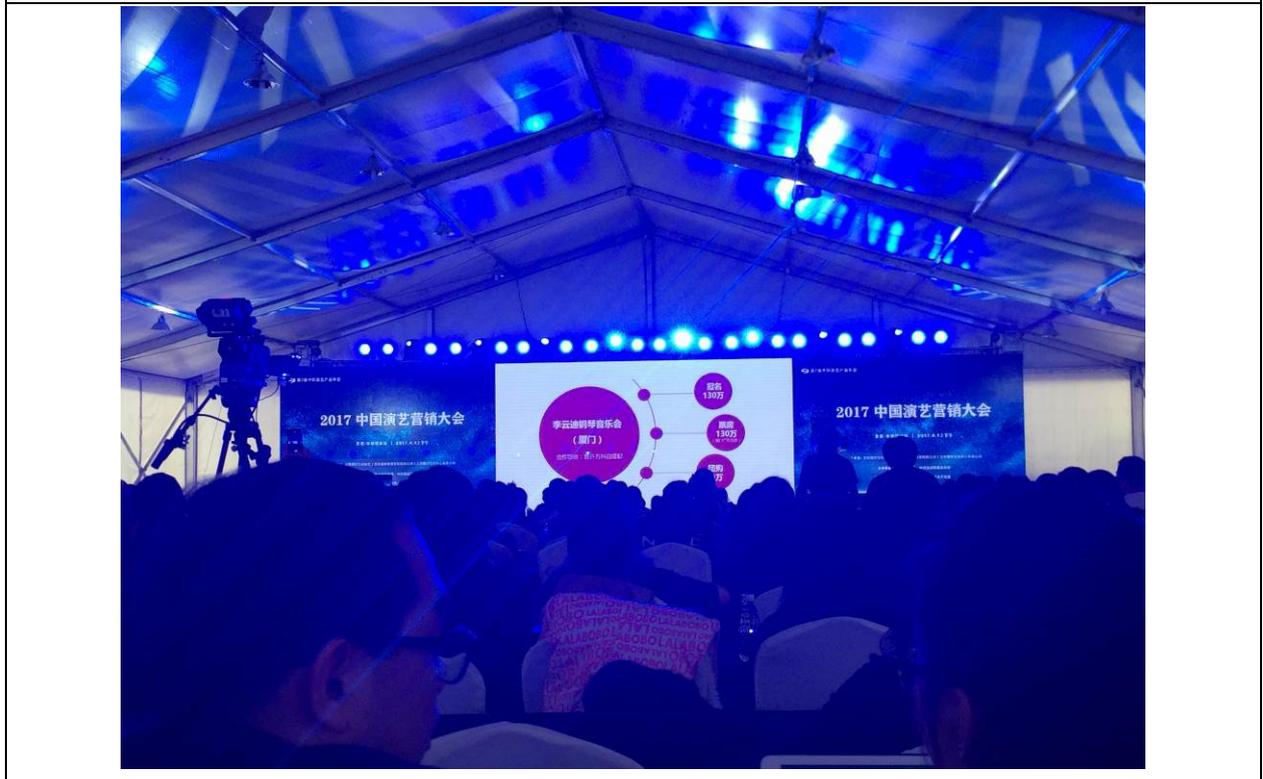
中國演藝趨勢與創新大會論壇實況



傅寯科長向大馬音樂劇團製作人暨音樂總監許成就先生介紹本中心
2016年【創意競演】節目徵集計畫優勝作品—真快樂掌中劇團《孟婆湯》



廣藝基金會展區，提供節目諮詢與發送演出文宣



中國演藝營銷大會論壇實況

（二）觀摩北京蜂巢劇場藝術總監孟京輝導演作品小劇場話劇《蛋》

蜂巢劇場前身為東創影劇院，由中國大陸著名戲劇導演孟京輝於2008年重新改建以供其代表作之一《戀愛的犀牛》進行常態性演出。舞台寬度為15.8公尺，高度6.3公尺，深度12公尺，座位數為300席，除了常規戲劇演出之外，亦曾舉辦畫展、搖滾音樂會、戲劇沙龍、戲劇大師班、當代詩歌朗誦會等系列文化交流活動。

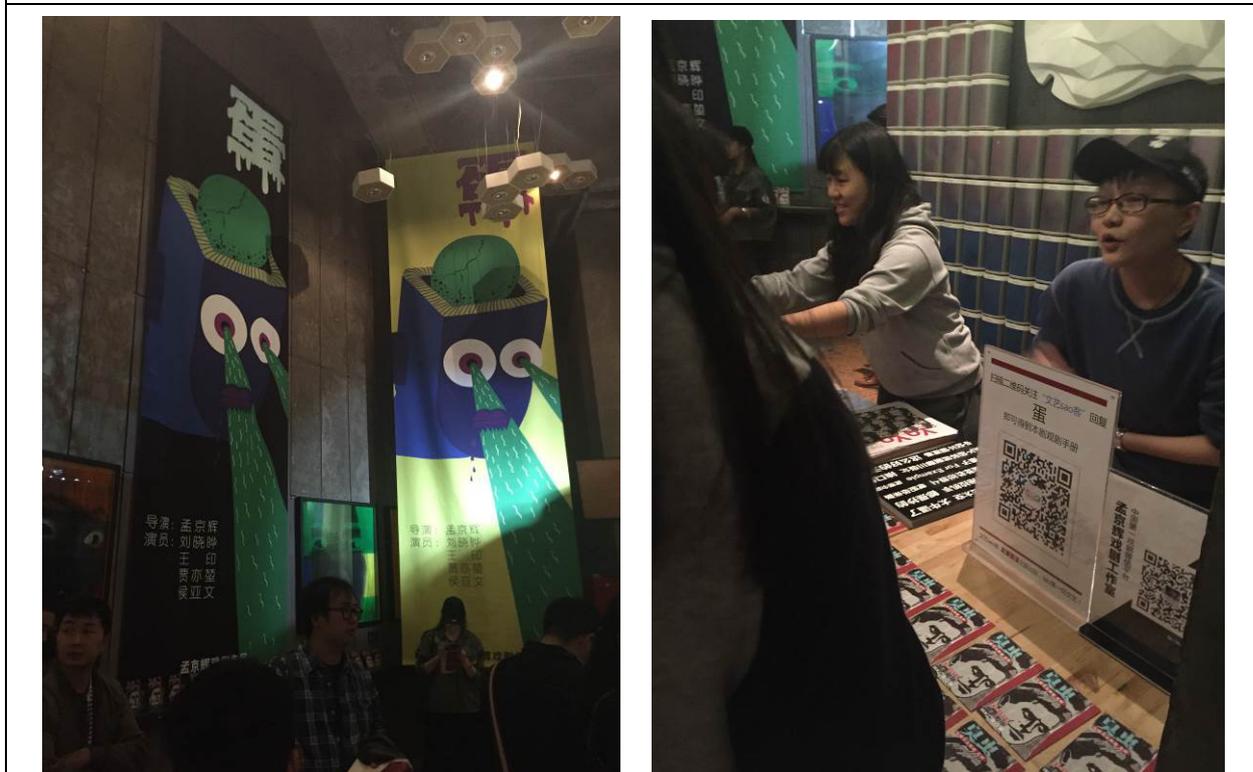
蜂巢劇場由藝術總監孟京輝直接參與營運策劃以確保整體藝術品質，並以上演其導演與監製劇目為主。《蛋》改編自俄國作家米·布爾加科夫小說作品，劇情敘述佩爾西科夫教授有一隻天才的右眼，他發現了一束奇特的紅光，能夠提高生物的繁殖速度。與此同時，一場罕見的雞瘟正在莫斯科橫行。農場想要利用教授的光源分離器照射雞蛋，期待能夠孵出健康的小雞扭轉局勢，然而，卻誕生了奇異的物種。

《蛋》全劇以奇幻寓言與荒誕喜劇的結構形式，結合舞蹈、音樂與曲藝等表演手法，在演員的插科打諢與嘻笑怒罵之中，控訴人性本質與社會體制的扞格衝突，以及時代對於個體影響的無孔不入。主演劉曉曄頗具深厚功底，確實呈現劇情完整性與節奏流暢度，劇中穿插巨幅史達林頭像畫布蓋過觀眾席的橋段亦別出心裁。然而過多的象徵元素與隱喻支線若無妥適歸納梳理，往往會使得原應成為核心主題的批判與反思無法深化與延展。而跳脫劇情的後設環節固然消融並鬆綁了舞台上下的疆界，亦導致現實的弱化與失焦，可謂美中不足之處。

孟京輝素以辛辣、幽默、批判的戲劇功力著稱，其獨樹一幟的創造力與多元化的藝術風格儼然成為值得矚目的文化現象之一。透過創作產量擴充與專屬劇場設立，提高票房收益與控制營運成本，維持藝術自主性並推展各地巡演。其兼顧在地脈絡、商業機制與導演風格的品牌經營策略，可供未來節目製作與行銷操作之參考借鏡。



蜂巢劇場外觀



(左圖) 劇場內《蛋》的大型輸出布幕

(右圖) 演出前台處理節目單兌換情形

（三）正乙祠戲樓

清朝康熙六年（1667年），正乙祠由浙江籍在京商人購置並集資共建，康熙五十一年（1712年）完成擴建增設戲樓，經同治四年（1865年）重修後保留至今，為中國現存最古老並保存完好的純木質戲樓。戲樓方位坐南朝北，占地面積大約 1,000 平方公尺，為三面開放式戲台，戲台對面及兩側都是兩層敞開式包廂。

清代京劇名伶舉凡程長庚、盧勝奎、譚鑫培、梅巧玲等人都曾在此粉墨登場。民國時期梅蘭芳、王瑤卿、李多奎、蕭長華等京劇名角，以及京韻大鼓名家劉寶全、駱玉笙與相聲大師侯寶林等人亦躬逢其盛。然戲樓年久失修，雖於 1994 年經浙江商人王宇鳴出資修繕經營，恢復原貌，然僅 3 年就因人不敷出再次停止對外營業。直至 2006 年由北京市傳統文化保護基金會接手管理，並於 2009 年由新華雅集國際文化傳播公司展開經營。

當日協助導覽的劉欣然先生為戲曲演員，負責正乙祠戲樓的節目策展，其表示正乙祠戲樓共有 170 個座位，考量其係文物保護單位，故每逢週三、五、六、日方進行演出，內容涵蓋京劇、崑曲、越劇、音樂和現代舞等，亦辦理藝術節與演出年等主題或系列活動。透過新編京劇《梅蘭芳華》、《鳳戲游龍》、《曹七巧》的製作與演繹，完成傳統文化結合時代語彙的初衷，打造高雅藝術平台與當代文化地標。

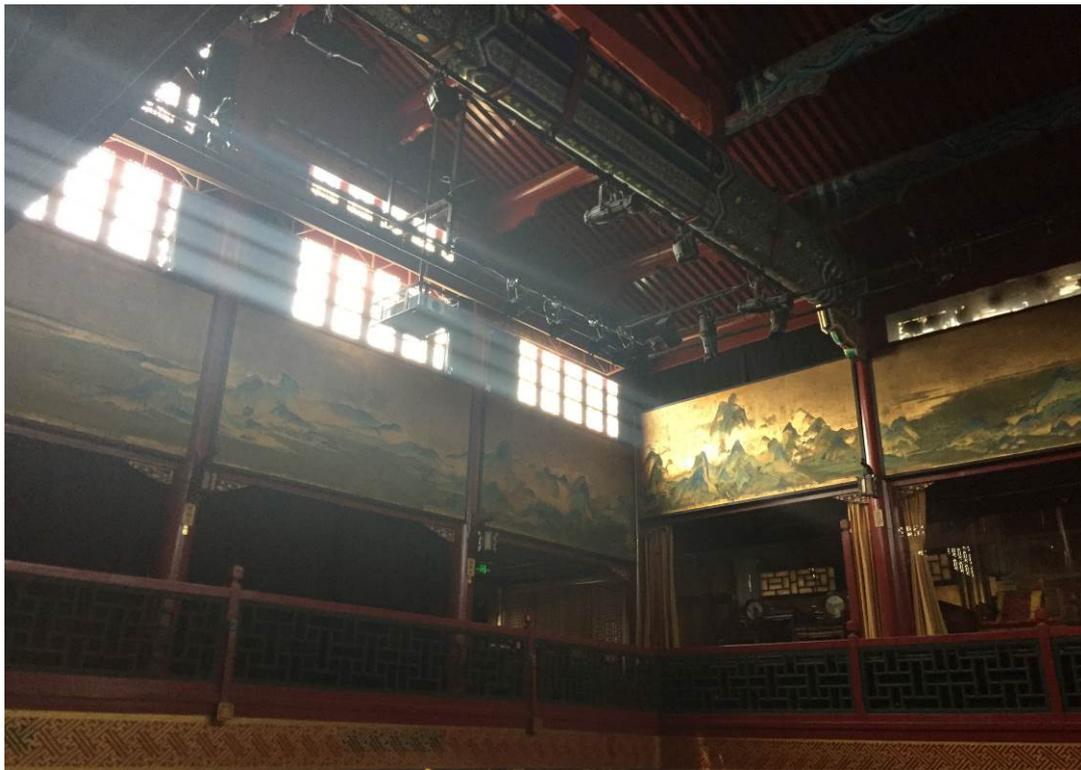
為彰顯建築特色並保有一定程度的神祕感，正乙祠戲樓採取高級演藝文化會所的經營型態。除演出時段不對外開放與設定較高票價等原則，並提供觀賞包廂、私人定制與企業包場等規劃。透過多元展演規劃與節目策展，兼容傳統戲曲、音樂演出、舞蹈劇場、創新實驗與定目劇等，讓傳統戲臺空間在當代發揮有別於現代劇場之優勢與利基，有效推展傳統表演藝術推廣行銷。



(左圖) 正乙祠戲樓大門
 (右圖) 仿戲單形式製作之戲樓門牌



正乙祠戲樓內部陳設仍大致維持初建時原貌



二樓包廂區座位外觀



劉欣然先生（右）向傅窈科長解說正乙祠戲樓本年度第一季節目規劃

參、參訪心得

一、推動持續參與節目交易會之必要性

本案係本中心首度出席中國大陸民營機構主辦之大型節目交易會。透過親赴交易會現場，與中國大陸主要劇場、巡演院線與展演場館、演藝經紀、藝術節總監、策展人、劇場編導等相關領域之機構及人士洽商，並參與演藝年度數據發布、節目推展交流與論壇經驗分享。

本次會中集結 80 多個團隊或機構代表參展，除於展位進行節目、票務或場館的營銷推廣外，亦透過推介會與論壇發表演出製作成果、執行經驗分享，確有助於與會者掌握演藝發展趨勢、鏈結演出創製資源與汲取場館營運策略，開展實務討論與專業對話，促增後續活動規劃與執行效益。

據瞭解「演藝北京」劇目交易會於 2018 年起將與中國國際演出交易會合併舉行，其辦理規模、匯聚資源和影響層面亦會隨之擴大與成長。建議透過持續參與此一節目交流與文化產業平台，深入觀察各地場館與團隊之製作水準、巡演需求、演出品質與票房收入，獲致臺灣戲曲中心未來演出製作與節目策展之執行參據與經驗法則。並藉此探詢後續場地聯盟、人才交流與巡演推廣之機會點與潛力區，由強化國際鏈結之整體思考下，建立今後不同領域與規模之合作型態與發展模式。

二、完善節目版權交易平台

本中心自本年度起展開節目版權交易平台建置，透過臺灣戲曲中心自合製節目產出成果與民間團隊經典作品作為發展基礎，架構組織面與實體面上可相互配合之雲端授權平台與實體推廣場域，擴增劇目資源與文化內容流通之規模與利基。

由本次交易會內容主軸、核心議題和周邊活動之規劃設計觀之，透過集結上游的創作者、中游的中介授權與代理服務以及下游的消費者，串聯整合供需兩端與買賣雙方，形塑完整的節目製作產業價值鏈，進一步將文創產業與資本市場結合，促進跨業合作並形成動態的溝通平台，確能促進更多、更快、更廣之節目交易和加值運用，成為版權交易市集及文創投資基金的集散地。其辦理目標與執行策略可作為本中心節目版權交易平台創建過程之借鏡，藉由逐年累積發展基礎與推動進程，共同完善知能分享與研創平台。

三、 節目分眾模式與行銷聚焦策略

近期內，臺灣國際級專業劇場諸如臺北藝術中心、臺中國家歌劇院、高雄衛武營藝術文化中心等漸次落成啟用，隨之而來的節目規劃製作、藝術節策展、演藝團隊創作、觀眾拓展勢將面臨更多機會與挑戰。由孟京輝與蜂巢劇場，以及正乙祠戲樓的場館經營與節目規劃來看，蜂巢劇場以孟京輝作品為演出主體，運用符合年輕一代的劇場語彙與美學風格，試圖在實驗性與通俗性間取得平衡。至於正乙祠戲樓則以古戲臺的場域優勢，推動傳統藝術展演的高雅精緻化路線。由此可見現今演出策劃已依場館定位與屬性趨近分眾取向與市場區隔，透過探尋需求共性的觀眾群體，盤整劇目產出邏輯與營銷法則，提供差異化與風格化的展演活動。此點值得未來本中心綜合考量機關任務、節目定位屬性、策劃與行銷之間的整體關聯，以期走出有別於其他華人世界主軸與脈絡的臺灣戲曲特色經營之路。

肆、 建議事項

有鑑於本中心自本年度起推動節目版權交易平台計畫，為擴大發展優勢與辦理規模，擬依平台建置期程與執行成果，配合業務需求規劃與兩岸交流情勢，安排交易會之考察參與，進行臺灣戲曲中心自製節目、本中心所屬三團經典劇目與民間劇團作品之營銷規劃與產業運作潛力前導測試。並根據核心人士的現場互動和創製內容的即時回饋，重新審視各類劇目的定位與價值，使創作獲得觀點刺激與視野擴充，俾形塑兼具市場與口碑的製作，亦同步提升曝光度與競爭力。

未來可思考以臺灣戲曲中心的場域與資源，籌辦臺灣戲曲交易會，規劃節目演示、市集展位與圓桌論壇等一系列兼具節目資訊提供、原創概念分享與製作心得交流的活動與展示，統籌啟動一站式節目行銷與創投交易，亦能創造海外策展人與經紀人近距離接觸臺灣民間團隊與文化場景的機會，為國內機構與組織建立網路及整合平台，為後續的跨域合創與跨國共製提供可能與選項，促進當代戲曲內涵發揚與節目版權加值運用。

附錄、參考資料出處：

1. 「演藝北京」劇目交易會：

- (1) 2017” 演藝北京” 博覽會活動方案
- (2) 2017 中國演藝產業指南
- (3) 北京音樂廳官方網站：<http://www.bjconcerthall.cn/>
- (4) 北京天橋藝術中心官方網站：<http://www.tartscenter.com/>

2. 蜂巢劇場：

- (1) 百度百科：
<http://baike.baidu.com/item/%E8%9C%82%E5%B7%A2%E5%89%A7%E5%9C%BA>
- (2) 孟京輝戲劇工作室：<https://site.douban.com/mengjinghui/>

3. 正乙祠戲樓：

- (1) 維基百科：
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%AD%A3%E4%B9%99%E7%A5%A0>