

出國報告（出國類別：考察）

## 參加 2017 中國國際演出交易會

服務機關：國立傳統藝術中心

姓名職稱：傅甯副研究員兼科長、趙心如科員

派赴國家：中國大陸

出國期間：106 年 4 月 24 日至 28 日

報告日期：106 年 6 月 27 日

## 【摘要】

中國國際演出交易會由中國演出行業協會主辦，每年輪流於不同城市舉行。本年度辦理地點為安徽省合肥市，並加入合肥市人民政府與安徽省文化廳共同主辦，為展示演藝成果、啟迪文化創意、拓寬市場渠道與增進溝通交流的重要平台。

本案藉由出席大會論壇並考察實體展區，汲取節目交易與行銷之實務操作經驗，落實於未來本中心之演出創製、觀眾培養與巡演推廣；亦同步尋求自合製節目邀演或創作交流契機。

另配合本案執行期程與地域關聯，前往上海參訪田子坊創意園區與 1933 老場坊，獲致文創商品研發與品牌育成之執行要領與操作實例，期能拓展本中心節目版權交易平台之創價應用效益與實績。

## 【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	19
肆、建議事項	20
附錄、參考資料出處	21

# 1. 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 2017 中國國際演出交易會，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 2017 中國國際演出交易會並進行文創園區考察，希望達到以下目標：

- 考察演出交易會透過展位設置結合國際論壇、專題會議與演出推介，同步鏈結產業資源與推動交易媒合之機制與作法，以供本中心節目版權交易平台多元發展之觀摩借鏡。
- 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。
- 參訪田子坊創意園區與 1933 老場坊，獲致文創商品研發與品牌育成之執行要領與操作實例。

## 2. 行程安排及參訪議題

### 一、行程

日期	行程內容
4月24日 (一)	1. 搭機前往合肥 2. 出席 2017 中國國際演出交易會開幕式
4月25日 (二)	參加 2017 中國國際演出交易會
4月26日 (三)	參加 2017 中國國際演出交易會
4月27日 (四)	1. 搭乘高鐵前往上海 2. 考察田子坊創意園區
4月28日 (五)	1. 考察 1933 老場坊 2. 搭機返臺

### 二、參訪議題及內容

#### (一) 2017 中國國際演出交易會

2017 中國國際演出交易會係自 2001 年起由中國演出行業協會結合省市文化廳局與地方政府共同辦理，每年輪流於不同城市舉行，迄今已舉辦 15 屆。本次交易會於合肥豐大國際大酒店舉行，集結展示會、節目推介會、國際營銷論壇、國際演藝交流沙龍、Showcase 展演等系列活動於一體，匯聚世界各地場館、機構與業內人士進行趨勢分析與案例研討。參會人數約 2,000 人，吸引 800 多家機構與會，設置展位 210 個並規劃主題活動 18 場。

交易會透過將個別節目、機構與服務以展位設置、演出推介與交易媒合等路徑與模式進行全方位的展示呈現，強化各地主要劇場、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之深度交流與多元合作，試圖有效開掘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 25 日	
時間	活動內容
09:00-12:00	<p>◆ <u>2017 中國文化產品國際營銷年會論壇</u> –</p> <p>※主題一：國際演藝市場熱點趨勢分析</p> <p>透過針對國際演藝市場的新特點、新趨勢進行分析探討，幫助演出單位瞭解國際市場的新動態，為演藝產品之國際營銷提供並整合參考資訊。</p> <p>會中首先由中國演出行業協會秘書長潘燕發言，她指出近年國際演藝市場趨勢有以下特點：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 網路： <p>社交媒體助力營銷已蔚然成風，如英國劇院現場直播（NT Live）透過衛星傳輸直播訊號直接進入各地影院系統，除能觸及核心觀眾以外的潛力受眾，亦能突破地域限制，革新產業生態與觀賞習慣。另百老匯復排音樂戲劇《She Loves Me》成為百老匯第一部於串流媒體平台即時直播的音樂劇，為市場開拓與發展前景提供更多可能性。</p> </li> <li>2. 科技： <p>運用虛擬實境、擴增實境、3D 投影、浮空投影等科技手段，提高劇院空間使用率與臨場體驗感。如歌劇《看不見的城市》拆解舞台概念，演出場地設置在洛杉磯聯合車站，在演出中樂手、歌手以及舞者被分散到車站的各個角落，觀眾沒有固定座位，可任意走動，歌聲及伴奏透過耳機傳送。或薩丁尼亞的歌劇團卡利亞里抒情劇院在演出《杜蘭朵》時，用 Google 眼鏡創造虛擬實境並嵌入翻譯字幕</p> </li> <li>3. 互動： <p>藉由沉浸式與遊戲互動式演出、強化觀眾參與體驗並探索演出新觀念，如英國著名沉浸式戲劇（Immersive Theater）《Sleep No More》重新定義演員與觀眾的角色功能與場域界限；以及英國萬花筒劇團製作演出互動體驗式話劇《The Money》結合公民參與和決策動機，反思集體意識與金錢價值。</p> </li> <li>4. 融合： <p>強化多元藝術跨界融合與文化滲透互通的重要性，如由莫札特歌劇《魔笛》改編的《夜之女王》，融合現代舞、雜</p> </li> </ol>

技、特技與馬戲等。

經由彙整與探討國際演藝市場主要演出型態與發展趨勢，潘燕歸納出未來節目行銷可藉由國家文化活動、國際藝術節平台、國際機構商業合作進行國際推廣與共製，其中符合國際市場、保有文化傳統並兼具創新特點的精品是重點核心。特別是創作內容必須關注今後人們生活的課題，方能獲致不同國家與種族之同感與共鳴。而融合各類元素的跨界演出形式（如太陽馬戲團）因能吸納各類型的觀眾，前景可期。

與談人西班牙費拉塔雷加藝術節(FiraTàrraga)行銷總監 Mike Ribalta 分析，在從事國際節目交流時，建議可思考與當地藝術家、場館進行跨國共製，以精準掌握地域美學取向與創作題材。另因場館觀眾多以當地居民為主，可透過參與藝術節作為入門路徑，於擴大觸及層面之餘亦能同步由前往參與活動的各地演出經紀、藝術節總監、劇場編導等相關領域之業內機構或人士中尋找潛在合作對象，以凝聚展演資源並延伸推廣效益。

#### ※主題二：國際合作與聯合創作

透過主講嘉賓案例分享的形式，闡述國際合作和聯合創作的成功經驗和可能空間，引導論壇從交流層面探討逐步轉化為實際成果檢視。

首先由外亞維儂藝術節（Festival d'Avignon OFF）發起人之一、黑橡樹劇院（Theatre du Chene Noir）創立者 Gérard Gelas 以上海戲劇學院與黑橡樹劇院合作話劇《西廂記》為例進行分享。他強調全球化為藝術創作帶來的影響是加速求新求變的步調，然而當代的創作若只是對於西方語彙的複製或移植，而無立足在地文化脈絡的理念與期許，恐難形成兼具質感與力度的作品並引起觀眾的深刻共鳴和持續關注。必須藉由推動人才培育、開拓展演資源，進而透過作品的流轉與演繹，強化人與人的互動並走入對方的文化視野，方能達成實質意義上的國際合作與交流。

其後，由狼主流多媒體負責人、狼劇場導演周東彥分享與丹麥科技工作室創作《台北·哥本哈根》的案例。周東彥介紹《台北·哥本哈根》係以安徒生童話《夜鶯》為概念發想，透過兩年四次駐地發展，經由 4D BOX 投影與即時體感偵測技術的輔助，逐步由建構超現實夢境發展對話與創作，探討快樂的本質與型態。他以自身經驗為例，說明在進行國際合作時往往會選擇較為抽象的命題，並傾向追求共同的情感體

	<p>驗。雖然科技手段與創作方式日新月異，但唯有持續觀看各種現實與現象中的人性，作品方能歷久彌新。</p> <p>與談人中央芭蕾舞團副團長王全興則指出，該團以傳承經典作品與產製原創作品為任務使命，注重融合西方芭蕾的表演體系與東方的藝術質地，平均每年赴海外演出 3-4 次、國內演出 150 場，並邀請國外編導和國內年輕藝術家指導排練與參與工作坊，強調持續巡演與經驗交流確有助於改造及鍛鑄符合國際市場之精品劇目。</p> <p>與談人北京現代舞團執行團長高建城以該團與加拿大舞團進行國際共製經驗為例，認為應立基兼具口碑與市場之核心作品，進而逐步於合適的時機與面向延伸國際合作。為了開拓潛在觀眾並增加舞者收入，北京現代舞團亦透過辦理工作坊與開發以流行歌曲為元素的普及型劇目，吸納企業會員，並於赴海外演出時結合其當地分支機構與客戶群體，增加票房收入並獲得商業捐助。</p>
14:00-17:00	<p>◆ <b>演出項目推介會</b> — 計有由卡瑪薩樂隊使用滿語演唱配合民族樂器伴奏演出的《滿族原生態音樂會》，改編自同名小說，將科幻題材以多媒體形式進行演繹的《海底兩萬里》，和台上台下運用 4 種互動樂器共同演奏，透過打擊樂參與和互動環節提供兒童音樂啟蒙學習機會的《你是演奏家》（SAMAJAM），由內蒙古馬頭琴演奏家、長調歌手與鼓手組成的塔爾樂團演繹《蒙古族新派原生態音樂會》以及百老匯經典音樂劇中文版《音樂之聲》與多媒體舞台劇《中華禮儀之旅》。</p>
15:00-17:00	<p>◆ <b>研討會—海峽兩岸演藝交流會一</b> 「表演藝術華文地區推廣平台」計畫為國家藝術基金會與廣藝基金會合作辦理，統整推廣、媒合與培育三大目標，串聯「大陸地區演藝交易會台灣專場」、「劇本演讀會」、「藝術家駐地創作」、「行銷、製作人才駐地實習」等一系列具體行動，搭建表演藝術華文地區交流的橋樑。本次交流會係由參與該計畫團隊推薦代表劇目，計有羈舞劇場《兩男關係》、《自由步》，奇巧劇團《鞍馬天狗》、《空空戒戒奇遇記》，無獨有偶工作室劇團，奇巧劇團《鞍馬天狗》、《空空戒戒奇遇記》，無獨有偶工作室劇團《快樂王子》、《剪紙人》、《蛙靠部落》、《夜鶯》、《火鳥》，動見體劇團《台北詩人》，並介紹創作構想、節目型態、巡演經歷與邀演規模。</p>



4 月 26 日	
09:00-12:00	<p>◆ <u>交易會展廳、項目洽談區、簽約台開放</u>—本次交易會展位可依類別與性質概分如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>場館與機構</b>：劇院、文化藝術中心、行業協會、戲劇工作室等。</li> <li>2. <b>劇團</b>：兒童劇團、話劇團、歌舞團、芭蕾舞團、交響樂團、民族室內樂團、偶劇團、魔術工作室等。</li> <li>3. <b>公司行號</b>：演藝經紀、文化傳播、文化旅遊、文化策劃、劇院管理、動漫製作、教育科技、軟體科技、娛樂科技、電子商務等。</li> <li>4. <b>網路服務</b>：公關活動資源平台、售票系統等。</li> <li>5. <b>國際專區</b>：愛丁堡藝穗節、加拿大國際表演藝術交易會（CINARS）、韓國藝術管理服務組織（Korea Arts Management Service）。</li> <li>6. <b>聯合展區</b>：中國大陸國有院團、文華獎、國家舞台藝術精品創作扶持工程劇目。</li> </ol>
14:30-16:30	<p>◆ <u>專題交流會：如何通過國際藝術節推廣演藝產品</u>—</p> <p>透過瞭解國外藝術節的運作模式和節目徵集管道與規則，推動演藝項目進入國際平台，建立藝術機構間的合作關係，以其逐步形成劇目相互推薦輸送的交流機制。會中介紹之各國藝術節列述如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>愛丁堡藝穗節</b>： 創立於 1947 年，每年 8 月與愛丁堡國際藝術節同時舉行，為期 3 週的活動期間內涵蓋戲劇、舞蹈、音樂、展覽、行為藝術等演出形式。藝術節以開放、包容為策展理念，強調前衛、創意、民間、進取與多元精神。來自各地的團隊在教堂、社區、酒館、髮廊等各種不同空間演出，提供民眾近距離接觸與參與藝術的機會。營運總監 Lyndsey Jackson 指出，2016 年計有 31 個中國大陸團隊參與，較前一年度成長 82%，為藝術節帶來更多創造力與可能性。</li> <li>2. <b>愛丁堡國際兒童藝術節（Edinburgh International Children’s Festival）</b>： Imagine 是蘇格蘭致力於青少年戲劇和舞蹈創作與發展的組織，透過多元化的活動、培訓、實習與指導，扶植年輕藝術家產製優秀作品；並策劃已有 30 年歷史，於 5 月底至 6 月初舉行的愛丁堡國際兒童藝術節，每年吸引約</li> </ol>

250 名業界人士、10,000 名觀眾共同參與。創意發展總監 Fiona Ferguson 表示未來將著重於和泰國、印度、日本等地重要國際兒童藝術節進行合作。

**3. 西班牙費拉塔雷加藝術節 (FiraTàrraga) :**

成立於 1981 年，每年 9 月的第二週舉行。透過演藝交易會、大型演出製作及演藝人才培訓，強化跨領域合作。藝術節以新興藝術家與前衛作品為主，融合多元異質型態，另規劃戶外免費演出提升公民文化參與、近用與認同。其中演藝交易會每年計有 400 多家來自國內外的表演藝術機構與約 800 名專業人士參與。會中除了節目展示外，亦包含研討會與見面會。行銷總監 Mike Ribalta 提醒，歐洲地區由於語言與地域歧異度高，巡演策劃有一定難度。建議事先完成調查研究後再慎選適合平台進行劇目推廣。

**4. 法國緯度現代藝術節 (Latitudes Contemporaines) :**

2003 年創立，每年 6 月舉行，為期 3 週，節目豐富多彩，並舉辦各種交流活動與講座等，由歐洲共同體、法國文化部與當地市政府共同贊助，主要專注於以肢體為核心的新形式現場演出，強調體驗、新奇、跨領域、創新和多元。作為交流藝術方式的開放空間和文化碰撞大舞台，緯度現代藝術節聚焦重大議題，包括藝術的定義、肢體的社會地位、個體作為旁觀者和創造者所扮演的角色、身分認同及使命等。

藝術總監 Maria-Carmela MINI 表示，藝術節共有 4 大發展面向：

- (1) **首演作品：**提供年輕藝術家機會與平台進行實驗性創作，特別是結合科技與舞蹈的創新互動演出形式。
- (2) **陪伴計畫：**給予阿富汗、敘利亞、摩洛哥等地的藝術家陪伴與指導，協助其生涯發展與延續。
- (3) **跨域合創：**共有 14 個不同領域的合作伙伴，秉持開放包容原則進行交流合作。
- (4) **藝術推廣：**藉由辦理推廣，講座協助藝術家與藝術家、藝術家與觀眾間的辯證與對話。

**5. 羅馬尼亞錫比烏國際戲劇節 (Sibiu International Theatre Festival) :**

創始於 1994 年，為歐洲三大藝術節之一，每年 6 月舉行，為期 10 天。戲劇節每年於當地近 67 個劇場、廣場等地舉辦 500 多場演出，吸引來自 70 多個國家和地區的 65,000

名演出者和觀眾共同參與，旨在展示羅馬尼亞乃至於歐洲及世界的高水準戲劇作品。節目內容包含戲劇演出、當代舞蹈演出、街頭演出、馬戲表演、教堂和歷史遺跡音樂會、世界音樂、佛朗明哥演出、戲劇藝術學校和學院座談、視覺藝術平台、讀劇會、廣播劇、專門會議和演講、圖書出版、電影戲劇、專業工作坊、錫比烏表演藝術開放市場、文化組織見面會等。

室內節目總監 Vicentiu Rahau 指出，中國大陸藝術節總監與場館代表曾於 2015 年組團赴錫比烏挑選節目，羅馬尼亞藝術家亦曾赴內蒙古、雲南參與舞蹈夏令營。此外上海話劇藝術中心、泉州市木偶劇團、北京現代舞團、金星舞蹈團、北方崑曲劇院曾於 2016 年獲邀赴錫比烏國際戲劇節演出，由此可知羅馬尼亞與中國大陸兩地藝術交流互訪頻繁。

**6. 南非國家藝術節 (The National Arts Festival) :**

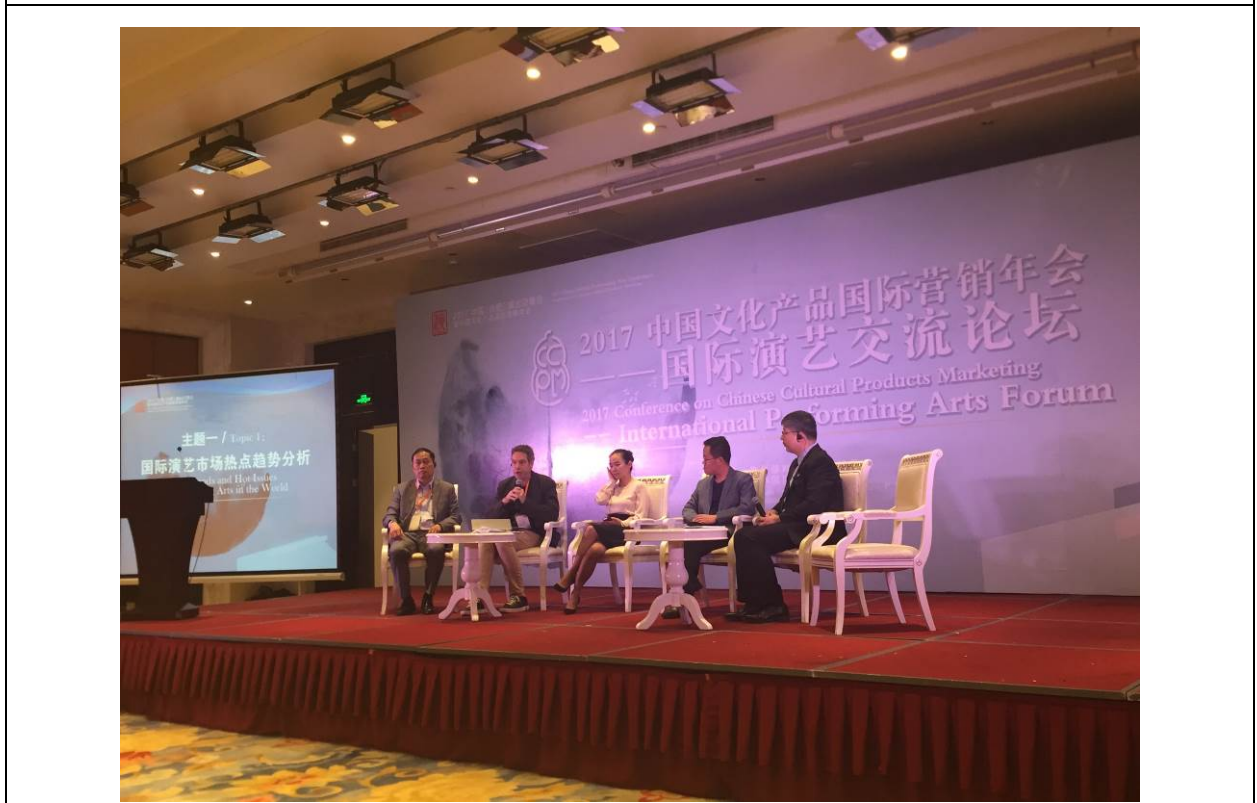
為非洲規模最大的藝術節，自 1974 年以來，每年有 40-50 個演出節目，內容包含舞蹈、歌劇、戲劇、爵士樂、音樂會、手工藝、街頭藝術、電影、書展、工作坊等多種藝術形式，在室內場館與街頭廣場演出。執行製作 Ashraf Johardien 強調，作為每年吸引約 20 萬名觀眾的藝術交流市場與展示平台，南非國家藝術節為當地帶來將近 7 億人民幣的經濟產值，並創造觀光商機與工作機會。

**7. 韓國釜山國際藝術節 (Busan International Performing Arts Festival) :**

創建於 2004 年，由釜山市政府主辦。在歷經多年的發展過程，釜山國際藝術節的規模和質量亦逐年提升，並透過與其他國際藝術節和機構和進行交流合作，擴大節目規劃及影響層面。釜山國際藝術節未來的發展目標為提升文化影響力、振興當地旅遊業、扶植地方戲劇生態、促進國際交流，以期成為全球性的表演藝術節。



2017 中國國際演出交易會國際演藝交流論壇實況



國際演藝交流論壇主題一：國際演藝市場熱點趨勢分析



國際演藝交流論壇主題二：國際合作與聯合創作，  
狠主流多媒體負責人、狠劇場導演周東彥分享《台北·哥本哈根》創作歷程



海峽兩岸演藝交流會現場廣藝基金會代表和與會團隊合影



演出項目推介會中塔爾樂團演出實況



交易會現場各國藝文場館與機構展位

## （二）參訪上海田子坊創意園區

田子坊創意園區因應產業轉型後閒置空間活化再利用的趨勢，自1998年起改造至今，立基於老城區與石庫門的上海歷史建築風貌與文化底蘊，啟動文化與經濟的結合，藝術和創意的服務，完成了街區功能定位、產業選擇主導和內外資源整合的三大目標，逐步形成產業集聚效應，確立城市地標定位並擴大品牌影響力。

隨著知名畫家陳逸飛、李守白、攝影家爾冬強等藝術家的進駐，勾勒出田子坊作為藝文生態社區的輪廓。其後畫廊、攝影工作室、陶藝工作室、文化策劃公司、音樂工坊等文化產業紛紛涉足，融合藝術創意基地與居民生活空間的況味，使得更多工藝品商店與作坊應運而生，構成了文化創意園區與產業發展平台。

然而實際考察該園區，在促進商業利益與人潮聚集極大化的前提之下，其中的創意思維與文化效應逐漸質變，能否帶來實質收益與產能成為首要考量。導致即便品牌與賣店林立，其中具備原創性與個性化的「作品」卻少之又少，取而代之的是同質性與類似性極高的「商品」，不僅產生資源重複與價值稀釋的後果，亦削弱了場域經濟的多元化與品牌經營的豐富性。

田子坊以聚集藝術家駐地創作為起點，融合文化藝術與商業經濟，構築了兼具在地風貌與文創實力的生態園地。其設置目的原為吸引藝術工作者與愛好者，凝聚創意並發揮想像，共同進行成果交流與理念激盪。理應成為藝術的表現力與多樣性衍生之附加價值與實踐成果的文創商品，若獨立於文創園區的主軸脈絡之外，僅淪為經過量產與複製後隨處可見的產物，所謂的文創園區亦將等同於展示櫥窗，無法確實廣揚品牌理念並擴散磁吸效應。



田子坊創意園區街道景觀



園區內店面多運用老上海意象與元素，但仍以販售量產商品居多



### （三）參訪上海 1933 老場坊

1933 老場坊原為上海工部局宰牲場，由三位英國著名設計師共同設計，於 1933 年竣工。建築特色為融合東西方元素的古羅馬巴西利卡（Basilica）風格樣式，空間結構外方內圓、高低錯落，內含無梁樓蓋、傘形柱、廊橋、旋梯、牛道等設計，並巧妙利用物理原理實現溫度控制並確保空氣流通，足見築當時工藝設計的前瞻性和先進性。

2006 年 8 月，上海創意產業投資有限公司開始著手修繕改造原有建築，立基於歷史背景和建築特質，建設創意產業集聚區，並於 2007 年正式開業。今日老場坊結合時尚發布、創意設計、品牌訂製、文化求知、展演活動、創意休閒為一體，成為詮釋復古的創意生活體驗中心。

作為擁有多元空間與腹地的複合式場域，老場坊除了有咖啡廳、餐廳、工作室、家具店、攝影等實體店面進駐其中外，亦透過辦公室租賃、品牌活動、演出合作、時尚年會、大型晚宴等，展開異業結盟與整合行銷。另分別在 4 樓與 2 樓規劃了空中劇院與微劇場，空中劇院面積超過 1,500 平方公尺、8 公尺挑高的空中舞台中央 600 平方公尺懸空而設。微劇場可容納 120 人，並可根據演出需求搭建三面式舞台，縮短演員與觀眾的距離，營造親密空間感。廣藝基金會與上海話劇藝術中心合作策劃的「2015ACT 上海當代戲劇節」中「聚焦寶島」系列活動亦曾於此舉辦演讀會。

1933 老場坊憑藉獨特的環境格局和建築風格，因應與時俱進的空間再造趨勢與商圈經營型態，巧妙運用各場地的功能性和設計感，並援引策展概念，由場域認同建構故事行銷基底，打造藝文聚集基地。老場坊極力兼顧實際使用需求與藝文社群生態，延展品牌的多元化與可能性，實地觀察其販售之文創商品質量雖具一定水準，但進駐賣店性質較為駁雜，如何務實平衡藝術導向的原創性和營利本位的商業性，仍然存在值得深入考量與思辨的課題。



(左圖) 1933 老場坊建築外觀  
(右圖) 1933 老場坊建築內部廊道交錯



各類工作室與實體店面紛紛進駐，維持多元調性與整合原創脈絡成為重要課題

### 3. 參訪心得

#### 一、 推動持續參與節目交易會之必要性

相較於以中國大陸當地雲端授權平台與實體推廣場域的建構與配套作為活動核心的「演藝北京」劇目交易會，2017 中國國際演出交易會集結來自英國、法國、西班牙、加拿大、羅馬尼亞、澳洲、南非、韓國等地近 30 位國際資深演出製作人、經理人、藝術節總監共同參與，透過出席論壇與佈建展位，除於展位進行節目與場館的營銷推廣外，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，進一步提升交易會的國際視野與全球觀點。

據瞭解中國國際演出交易會將於 2018 年起與「演藝北京」劇目交易會合併舉行，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、 以場館為中心的演出製作與節目行銷體系逐漸成形

由本次參與交易會展位的類別與性質觀之，多為各地場館、機構、劇團，或為演出製作或行銷相關產業與服務。作為擁有演出場地與節目內容的經營主體，劇場具備可雙向甚至多元交流的優勢與利基，故以其為主軸展開演出創作進而形成行銷體系的趨勢已蔚為主流。

臺灣戲曲中心作為全國首座擁有駐館團隊的專業劇場，未來宜持續以傳統表演藝術為核心，結合自合製節目與所屬三團經典作品，並透過推展社群鏈結、藝術教育、人才培育與國際交流，提升能見度與影響力；亦經由節目版權交易平台建置，擴增劇目資源與文化內容流通之規模與利基，形塑當代戲曲創意基地與亞太地區潛力場館的核心價值與品牌形象，架構節目交流與展演平台。

#### 三、 城市藝文生活圈的興起與擴張

臺灣戲曲中心為落實藝文展演與文化平權之多用途場域，其設計構思與經營理念消融表演藝術與現代生活疆界，傳達廣邀在地參與和交流

共享的開闊意象，亦呼應傳統藝術常民化的人文特質。由田子坊創意園區，以及 1933 老場坊的地域特性與經營模式來看，城市藝文生活圈的興起與擴張已成為當代生活的重要場景與意象。為提高臺灣戲曲中心品牌能見度並拓展多元授權模式，規劃結合演出劇目研發周邊文創商品，以兼具話題性與原創性的指標物件作為發想核心與創意起點，啟動主題策劃與故事行銷。期能透過文創商品的產製研發，將臺灣戲曲中心的概念與符號延伸至劇場框架之外，展示表演藝術的表現力與多樣性。進而推動品牌育成與通路開發，建構展售合一的多元文創博覽平台，帶動文創產業鏈之運作活化與綜效發揮。

#### 4. 建議事項

透過實地考察本次交易會，觀摩其規劃現場展示洽談與演出推介宣傳，架構創投與媒合平台；亦藉由策辦大會論壇持續關注國際演藝市場趨勢、科技藝術創作、跨國聯合製作與藝術節策展等重點議題，建置資訊共享場域與創作流通路徑，進而延伸交易會核心內容與周邊活動之規劃與配套，深化展演場館、演藝經紀、藝術節總監、策展人與劇場編導之交流與合作。因應本中心自本年度起推動節目版權交易平台計畫，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，獲致資源加乘與活動辦理效益。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，拓展傳統藝術發展版圖。

另透過參訪上海田子坊創意園區與 1933 老場坊，考察文創聚落與閒置空間如何經由場域脈絡與藝術思維之鏈結與連動，進行文創商品與紀念品的開發販售，汲取品牌育成、商品設計與故事行銷之實例與經驗。未來規劃配合節目版權交易平台之建置推動，結合演出節目研發周邊文創商品，於發揚傳統藝術相關元素、知識及美學之餘，推展本中心營運特色並落實場館行銷。

## 附錄、參考資料出處：

### 1.2017 中國國際演出交易會：

- (1) 2017 中國（合肥）演出交易會暨中國文化產品國際營銷年會專刊
- (2) 2017 中國（合肥）演出交易會暨中國文化產品國際營銷年會會議指南
- (3) 廣藝基金會官方網站：<http://www.qaf.org.tw/>
- (4) 愛丁堡國際兒童藝術節：<http://www.imaginate.org.uk/>
- (5) 韓國釜山國際藝術節：[http://bipaf.org/2017\\_home/\\_public/\\_eng/main.php](http://bipaf.org/2017_home/_public/_eng/main.php)

### 2.田子坊創意園區：

- (1) 百度百科：  
<http://baike.baidu.com/item/%E7%94%B0%E5%AD%90%E5%9D%8A%E6%96%87%E5%8C%96%E4%BA%A7%E4%B8%9A%E5%9B%AD>

### 3.1933 老場坊：

- (1) 維基百科：  
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E4%B8%8A%E6%B5%B7%E5%85%AC%E5%85%B1%E7%A7%9F%E7%95%8C%E5%B7%A5%E9%83%A8%E5%B1%80%E5%AE%B0%E7%89%B2%E5%9C%BA>
- (2) 百度百科：  
<http://baike.baidu.com/item/1933%E8%80%81%E5%9C%BA%E5%9D%8A>
- (3) 1933 老場坊官方網站：<http://www.1933shanghai.com/?active.html>