

Asia TV Forum & Market (ATF) 亞洲電視論壇及內容交易市場展

出國報告

Asia TV Forum & Market (ATF) 亞洲電視論壇及內容交易市場展

1. 市場展簡介

亞洲電視論壇及內容交易市場展 (Asia TV Forum & Market, ATF) 於 2025年12月2日至5日在新加坡盛大舉行。ATF為亞洲最大的影視內容市場展，備受業界關注，每年約有近5000名影視專業人士參展，其中包含千位國際買家。臺灣館展位推廣最新電影與電視作品版權銷售、並推薦臺灣拍攝製作環境與資源。2025年臺灣館匯集92間臺灣業者，帶來超過260部從金馬獎入圍及得獎作品到台灣各平台頻道之熱門話題影集作品，推廣優質台灣內容打進國際市場。

2. 2025年關鍵規模數字

根據官方與參展報告統計，2025年展會表現超越疫前水準，呈現強勁增長：

- 參觀人數：約 5,000 名專業人士（較 2024 年約 4,600 人增長 8%）。
- 涵蓋國別：來自全球超過 60 個國家與地區。
- 買家數量：約 977 位專業買家，顯示出高度的成交潛力。
- 國家館規模：現場共設置 20 個國家展館。
 - 臺灣館：由文策院組團，展出超過 260 部影視作品，洽談桌全時

段近乎滿座。

- 中國館：展出 156 部作品，展位面積 270 平方公尺，創下歷史新高。
- 合製意向：約 20% 的參展人士專注於國際合資、合製 (Co-production) 議題。

3. 2025 年市場展亮點

- **AI 技術實質落地：**
 - 新加坡館重點展示 AI 內容創製技術。
 - 展會首度舉辦「AI Pitch Jam」，要求團隊在數小時內利用生成式 AI 完成劇本、圖像及音效剪輯。
- **微短劇 (Micro-dramas) 崛起：**
 - 論壇核心議題聚焦於「行動優先」的短影音格式，微短劇被視為 2025 年亞洲市場增長最快的新賽道。
- **大額資金注入：**
 - 新加坡政府於展會期間宣布投入 **2 億新元**（約 1.5 億美元）於「媒體轉型與加速計畫 (TAP)」，旨在強化跨國合製與全球化內容開發。
- **IP 價值鏈整合：**
 - 韓國與日本館強調「全價值鏈」輸出，從漫畫、小說到真人劇與動畫的跨媒體開發 (Media Mix) 成為洽商主流。

4. 2025-2026 亞洲影視內容趨勢

A. 平台策略：從「盲目擴張」轉向「精準獲利」

各大平台已結束過去幾年的補貼與燒錢大戰，目前的策略高度一致：追求高黏著度與廣告變現。

- **廣告層級 (Ad-Supported Tier) 成為主流：**
 - Netflix 在亞太區（尤其是日本、韓國）的廣告方案取得巨大成功。新聞顯示，超過半數的行銷人員計畫在 2026 年增加在串流平台的廣告投入，這使得平台在內容採購上更偏好「大眾化、具話題性」的題材。
- **Disney+ 的韓國保衛戰：**
 - Disney+ 預計在 2026 年大幅加碼韓劇投入，試圖縮小與 Netflix 的差距。其策略是「強 IP 續作」+「知名影星大作」（如《Made in Korea 2》、《Delusion》），並開始進軍生存競技類綜藝，挑戰 Netflix 在該領域的壟斷。
- **在地龍頭的國際化反擊：**
 - 韓國本土平台（如 Tving, Coupang Play）與中國平台（愛奇藝、優酷）正積極輸出海外。愛奇藝 (iQIYI) 2025 年海外播放量增長 114%，主打「文化適應性」的在地化翻譯。

B. 內容格式趨勢：微短劇與標準化的興起

內容長度正在發生兩極化發展：

- **微短劇 (Micro-dramas) 的結構化：**
 - 微短劇不再是「業餘」作品，而是成為影視生態的基礎設施。目前市場標準已穩定在：**每部 60-100 集，每集 1-3 分鐘。**
 - 敘事特點：3 秒內有鉤子 (Hook)、高密度翻轉、強烈情緒滿足。

這類內容已成為引流與提高用戶使用時數的核心工具。

- **動畫題材的深度化：**

- 中國動畫（國漫）在 2026 年展現強大野心，不再僅限於少兒，而是轉向**「成人向、史詩感、生存硬核」**題材（如《將夜》、《聖墟》）。
- 市場對動畫的要求從單純的「視覺特效」轉向「忠於原著的深度世界觀構建」。

- C. **關鍵技術：AI 從「實驗」進入「量產」**

在 2026 年的各大展覽（ATF, FILMART）中，AI 已不再是口號，而是實質的工作流：

- **AI 翻譯與配音：**優酷與愛奇藝利用 AI 大幅縮短了海外發行時間。AI 配音在泰國與越南市場的反響良好，能以極低成本實現「全球同步上映」。
- **AI 內容創製 (AIGC)：**
 - **AI 動畫漫改：**利用 AI 工具將靜態漫畫快速轉化為動態影視內容。
 - **AI 劇本分析：**買家開始利用數據模型預測劇本在特定市場的成功率。

- D. **熱門題材觀察**

根據 2026 年初發布的片單，以下題材具備高度市場潛力：

- **浪漫喜劇 (Rom-com) 的復甦：**Disney+ 特別強調 2026 年將統治浪漫喜劇賽道，因其具備長尾效應。
- **生存與驚悚：**受到《魷魚遊戲》等成功範例影響，平台仍持續採購「生存遊戲、政治陰謀、硬核冒險」題材。
- **女性力量與自我認同：**如 Filmart 2026 備受關注的《Bird of Paradise》，聚焦家庭主婦透過鋼管舞找回自我的故事，顯示市場對「真實、原創

的女性故事」需求持續強勁。

5. 2025 ATF 台灣館關鍵數據與現況報告

A. 核心參展數據

2025 年台灣館由文策院 (TAICCA) 領軍，參展規模與作品數量均創下近年新高：

- **參展廠商**：共 **92 家** 影視業者（包含製片、發行、動畫及後製公司）。
- **參展作品**：總計超過 **260 部** 多元影視內容。
- **重點媒合**：
 - **台灣專場午宴 (Taiwan Spotlight)**：吸引超過 **200 位** 國際買家與專業人士參與。
 - **國際創投選入**：共 **3 部** 作品入選大會指標性創投賽：
 - 《Forbidden Land》入選 **EST N8 Horror Pitch**。
 - 《Republic of Casino》入選 **SAAVA IP Accelerator**。
 - 《The Life Changers》入選 **Mediacorp Co-production Pitch**。

B. 內容現況與熱門題材

台灣內容在 2025 年展會中呈現出「質感升級」與「類型多元」兩大特徵：

電影實力：金馬獎光環加持

- **《大濛》(A Foggy Tale)**：作為 2025 年金馬獎最大贏家（獲得最佳劇情片、原著劇本等 4 項大獎），成為國際買家詢問度最高的旗艦作品。
- **類型突破**：如台灣首部高樓逃生災難片《懸命一線》(Dangling)

及連結台菲文化的移工題材《丟包阿公到我家》(April)，顯示台灣電影在商業類型與人文關懷間的平衡。

影集與節目：強 IP 與實境秀崛起

- **強強聯手**：亞洲首部改編伊藤潤二作品的真人影集《聰明鎮》(Bloody Smart) 在展會中備受矚目。
- **實境節目輸出**：如《驚奇旅明星》(4 Her Journey)、《星廚之戰》(Stellar Bites) 等非戲劇類格式，因具備跨國翻拍潛力，成為東南亞買家的關注重點。

動畫表現：技術與創意並重

- 由「滷沙沙動畫 (Lusasa Animation)」，「冉色斯動畫 (Xanthus)」等 5 家指標性公司代表進行專案推介，顯示台灣動畫在「國際合製」上的成熟度已獲得認可。

C. 戰略現況分析：從「賣片」轉向「合製與合資」

- **資金新動力**：文策院於 2025 年底宣布啟動總額超過 15 億台幣的投資基金，其中包含與韓國娛樂巨頭 CJ ENM 的深度合作。這讓台灣團隊在 ATF 洽談時，不只是賣版權，更能以「共同投資者」的身分與國際平台對話。
- **區域合作深化**：台灣與新加坡 Mediacorp 的合作（如《Rail Life Story》）已成為成功範本。新聞顯示，新加坡與馬來西亞觀眾對台劇已有超過 20 年的忠誠度，這使得台灣內容在星馬市場具備天然的「品牌紅利」。

現場參與展會活動側寫：



