2026 東京提案會參與報告

Tokyo Docs 2026

出國人員：臺灣公共電視文化事業基金會｜國際暨策略發展部｜郭菀玲
出國地點： 日本東京
活動期間： 2026 年 11 月 4 日至 8 日
活動名稱： Tokyo Docs 2026
參與任務： 國際紀錄片提案評審、國際買家交流、產業工作坊及國際合製合作洽談





2026 日本東京提案會

壹、出國目的與摘要

為持續深化公共電視國際紀錄片合作網絡，掌握全球紀錄片產業發展趨勢，並拓展臺灣紀錄片參與國際共同製作與海外發行之機會，本次赴日本東京參加「Tokyo Docs 2026 東京提案會」，參與國際紀錄片提案評選、專業交流及產業工作坊等活動。

本次參與的主要目的，除代表公視參與國際紀錄片提案評選、掌握具有合作潛力的作品外，亦希望透過與國際公共媒體及紀錄片產業人士的直接交流，了解當前國際紀錄片的選題趨勢、委製需求、製作模式與發行策略，作為公視未來紀錄片開發及國際合作規劃之參考。

本屆提案涵蓋環境永續、人口遷移、高齡社會、性別認同、青年處境、文化傳承及國際衝突等多元議題，展現紀錄片在全球社會快速變動下的觀察力與公共價值。透過現場評審與買家回饋，亦可清楚看出國際市場對紀錄片的期待，已不僅止於議題的重要性，更重視人物塑造、敘事張力、視覺表現、跨文化溝通及多平台發行的可能性。

此外，本次 NHK 國際紀錄片工作坊邀請 BBC、ARTE France 及芬蘭公共廣播公司 YLE 等機構代表，分享歐洲公共媒體面對觀眾結構改變、數位平台發展及國際合製需求的因應策略。其中，紀錄片多版本製作、短篇內容開發、年輕觀眾拓展，以及公共媒體共同投資與風險分擔等議題，對公視未來發展具有高度參考價值。

整體而言，本次參與不僅有助於維繫與國際紀錄片決策者的合作關係，也進一步確認公視未來應朝向「前期共同開發、國際合作投資、多平台傳播及人才培育」等方向，逐步建立更具系統性的國際紀錄片合作模式。

貳、時程

日期	日程
2026 年 11 月 2 日	抵達
2026 年 11 月 3 日	開幕活動
2026 年 11 月 4 日	提案會議
2026 年 11 月 5 日	提案會議
2026 年 11 月 6 日	圓桌會議/工作坊
2026 年 11 月 7 日	圓桌會議/工作坊/閉幕頒獎典禮
2026 年 11 月 8 日	NHK 工作坊
2026 年 11 月 9 日	返程

參、東京提案會背景與活動概況

一、東京提案會的成立背景與國際定位

Tokyo Docs 創辦於 2011 年，由日本全日本電視節目製作公司聯盟（Association of All Japan TV Program Production Companies，簡稱 ATP）推動，是日本以促進紀錄片國際共同製作為核心目標的重要專業平台。

有別於以完成作品放映及競賽為主的傳統影展，Tokyo Docs 著重於紀錄片尚在開發、拍攝或後期製作階段時，即協助創作者與國際買家、委製機構、製片人及發行商建立聯繫，尋求製作資金、國際合作夥伴與後續發行機會。

活動透過公開提案（Pitching）、國際專業人士評選、工作坊及交流活動等機制，使創作者能直接了解不同市場的節目需求，並在作品完成前取得來自國際市場的專業建議。

Tokyo Docs 亦不僅限於年度活動，而是持續透過企劃開發、人才培育及國際交流，協助日本與亞洲紀錄片創作者提升國際競爭力，建立連結全球紀錄片產業的長期合作網絡。

二、2026 年活動特色與辦理情形

2026 年為 Tokyo Docs 第 16 屆，於 11 月 4 日至 8 日在日本東京池袋舉行，由 NPO Tokyo Docs 及 ATP 共同主辦。



本屆活動延續國際紀錄片提案與合製交流的核心精神，同時擴大徵案類型。除了社會議題、政治、歷史及人物紀錄片外，也積極鼓勵旅遊、飲食、文化與生活等具觀眾吸引力的題材參與，反映國際紀錄片市場對內容多樣化及跨平台發展的需求。

主辦單位亦特別強調，希望吸引年輕且具企圖心的創作者參與，透過跨國協作及新的傳播形式，開發能回應當代媒體環境的紀錄片作品。

本屆主要活動包括：

（一）Main Pitch（國際紀錄片主提案）：邀請入選團隊向國際公共廣播機構、發行商與製片人發表企劃，爭取合製、預購與海外發行機會。

（二）Short Documentary Showcase（短篇紀錄片提案展示）：聚焦短篇紀錄片的創作潛力與數位平台傳播機會。

（三）International Workshops（國際產業工作坊）：邀請國際公共媒體與紀錄片產業代表，分享市場趨勢、節目策略及跨國合作經驗。

（四）Networking 及商務交流：透過正式會談及非正式交流，促進製作團隊與國際決策者建立合作關係。

（五）人才培育及企劃開發計畫：協助創作者提升國際提案能力，並透過持續輔導，建立從企劃開發到市場對接的支持機制。



三、日本政府對紀錄片國際發展的支持

本屆開幕式由日本總務省代表致詞，強調 Tokyo Docs 在日本紀錄片國際化及影視人才培育方面的重要性，並肯定活動長期促成跨國合作與優質紀錄片製作的成果。

日本政府將內容產業海外發展視為重要政策方向，除支持國際提案活動外，亦透過企劃開發、製作補助及海外市場拓展等措施，協助日本創作者參與國際市場。

開幕致詞特別提及，當前全球社會面臨不同價值觀的對立與分化，優質紀錄片能透過深入觀察及多元視角，促進人們對不同文化、社會處境與生活經驗的理解。

此一觀點亦凸顯紀錄片不僅是文化內容產業的一環，更具有促進社會對話、深化公共理解與維繫民主社會多元價值的重要功能。

值得注意的是，日本已逐步將國際提案、人才培育、製作補助與海外發行整合為相互支持的發展機制，顯示國際化不應僅依賴個別作品或創作者的努力，而需要長期、制度性的資源投入。

肆、主要參與活動與工作紀要

一、國際紀錄片主提案：從在地故事尋找全球共鳴

本屆主提案活動共安排 18 項紀錄片企劃發表，涵蓋長篇紀錄片與系列節目等不同形式。提案採取每組 7 分鐘簡報及 7 分鐘問答回饋的方式，由國際買家、公共媒體代表、發行商及專業評審針對內容開發、敘事結構、國際市場及合作可行性提出意見。

這樣的安排使提案不只是作品介紹，更是一場結合創意開發、市場評估及國際合作協商的專業對話。

本次觀察到，入選作品雖然題材多元，但多數具有共同特色：從具體人物及在地生活出發，延伸至全球社會共同面對的議題。國際評審的討論重點，則多集中於人物與議題的連結、故事的發展性、文化背景的清楚呈現，以及影片是否能吸引不同國家的觀眾。

以下依主要議題整理具代表性的提案案例。

（一）高齡社會與人口變遷：以個人生命經驗回應全球議題

《Super Old》記錄一群高齡、甚至年屆 90 歲仍持續參加健美比賽的選手。作品不僅呈現年長者追求夢想與自我實現的熱情，也透過身體老化、家庭關係及生命失落等經驗，帶出高齡社會的深層議題。



國際買家肯定影片兼具幽默、戲劇性與情感張力，尤其認為健美比賽具有明確的視覺特色與敘事主線，容易吸引不同文化背景的觀眾。日本富士電視台代表亦認為此一題材兼具電視播映與院線發行的可能性。

另一個日本與越南跨國移工紀錄片《Kira Kira》，則從在日本照護高齡者的越南女性，以及協助在日越南移工的翻譯工作者出發，呈現日本勞動力不足、越南家庭分離與跨國人口流動的複雜關係。本片一方面記錄在日本安養院工作的越南女性，為了撫養家鄉父母與幼子而遠赴重洋照料陌生老人；另一方面記錄在日擔任翻譯 20 年的 Tu，發起向日本監獄寄送書籍的計畫，關懷失足犯罪落網的越南青年。影片對比日本的安養院與監獄，以及越南家鄉由「勞務輸出匯款」建成卻空無一人的大宅。

NHK 代表特別指出，過往日本媒體較常關注移工在日本的工作處境，較少深入呈現越南家鄉因人口外移所產生的家庭及社會變化。此片透過兩地對照，提供不同於既有報導的視角。韓國 DMZ 國際紀錄片影展與國際監製則肯定其對跨國人口移動、人口高齡化與文化認同的深刻描繪，具備良好的國際影展發展潛力。

上述案例顯示，高齡化與人口移動雖然是各國共同面對的問題，但若能找到鮮明的人物與獨特的切入角度，仍可發展出具有國際吸引力的紀錄片作品。

（二）環境永續與地方產業：從生活現場呈現結構性變遷

《She Farms》一案以日本稻米危機為前提，透過能登半島一位女性農民，記錄極端氣候、農業人口高齡化及地震災後重建對地方農業造成的衝擊。主角透過直接銷售農產品及邀請年輕世代參與農作，試圖尋找農村永續經營的可能性。作品從主角個人情感、在地社群到日本整體糧食安全三個層次，探討糧食危機與農業永續。

美國 Women Make Movies 評審認為女性視角與糧食議題非常重要，在美國市場具備公共電視播映潛力。韓國與紐西蘭買家則指出米食文化雖在亞洲面臨飲食習慣轉變，但農村人口減少與糧食安全是全球普世議題。國際影展選片人建議加強主角個人故事與大環境政策改變之間的對話連結。

《Children of the Sea》記錄印度沿海傳統鉤釣漁民（Hook and line fishermen）面臨的生計與生態危機。政府雖部署了 400 個大型人工水泥魚礁（共 8 萬 4 千個模組），然而這些魚礁正面臨陸源污染與廢棄漁網（Ghost nets）的破壞。導演團隊歷時 3 年潛水記錄，追蹤 Madhesh 與 Divva 等年輕世代在面對傳統經濟困境時的迷惘，以及他們試圖深入水下探索生計與海洋生態的過程。



韓國決策者肯定其水下視覺與人文故事的結合，並詢問年輕主角對未來的具體規劃。台灣公共電視（PTS）代表表示台灣身為島國且有許多漁村，能深刻共鳴漁民面臨的世代溝通與生計轉型困境。芬蘭公共廣播（YLE）買家讚賞畫面的異國風情與角色成長，但建議加強大環境/工業化層面的背景解說。

此類作品提醒我們，環境紀錄片若能結合具有情感連結的人物故事，不僅有助於觀眾理解複雜的生態議題，也更容易促成跨國觀眾的共同關注。

（三）青年處境與社會變遷：透過個人選擇反映時代困境

《Young Businessmen》深入日本企業內部，記錄兩名 22 歲年輕員工在高度競爭的銷售環境中，如何面對金錢、工作績效與自我價值之間的衝突。

國際評審特別肯定製作團隊取得企業內部長期拍攝許可的能力，認為作品具有觀察型紀錄片的特色。對紀錄片而言，能否進入一般攝影機難以接近的現場，往往是作品能否建立獨特性的關鍵。韓國買家表示想將預告片分享給韓國年輕世代，並好奇高壓銷售背景下故事最終會如何結尾。評審（Eric）則建議團隊善用已完成的 2 小時日文版作為談判籌碼，重新評估預算規劃。

《What Comes After Tomorrow》則以中國年輕人在感情、工作及人生選擇上的迷惘為主線，間接呈現社會階級流動停滯與傳統成功價值受到挑戰的現象。



公視及其他國際買家均肯定作品透過愛情關係包裝社會經濟批判的敘事方式，使較為抽象的結構性問題轉化為觀眾可以理解的個人經驗。ARTE France 與芬蘭 YLE 買家則肯定其展現青年普遍面臨的教育目的與世代期望議題，並討論了後期製作與剪輯資源。

這些提案反映，青年世代對未來的不確定感已成為跨國共通議題，而紀錄片不一定需要直接以政策或社會問題為主題，也可以透過親密關係、職場經驗及生活選擇，呈現時代變遷的影響。

（四）性別、文化認同與社會包容：公共媒體的重要創作領域

《Daughters of the Kuroshio》（黑潮的女兒）由臺灣團隊提出，記錄長距離開放水域游泳選手面對性別期待、人生挫折與個人失落，並透過挑戰黑潮尋求自我突破的歷程。影片同時連結來自英國、土耳其與瑞士的跨國女性游泳者，展現相互支持（Sisterhood）與打破社會標籤的議題。



台灣公視指出主角性格在台灣紀錄片中相當獨特且具國際吸引力，但關心故事線將如何收尾。國際 Rise and Shine 銷售代理 (Diana)則讚賞「海洋即人生」的隱喻與女性支持力，並詢問跨國拍攝與聯合製作計畫。ARTE France 與韓國買家關注陸地上社會壓力與海洋中克服哀傷的故事主線如何調和，建議釐清核心動機。

《A Field of Tomatoes》記錄日本一對長期共同生活的跨性別伴侶，透過家庭照護、伴侶關係與社會倡議，呈現日本性別平權發展中的文化與制度挑戰。



商業銷售考量：國際銷售代理（Diana）指出 LGBTQ 題材在國際發行市場競爭激烈且屬小眾，商業銷售難度較高，建議可聯繫法國 Outplay 等專門代理。美商與紐西蘭 Doc Edge 評審則建議加強人物性格發展（Character development），並補充日本憲法背景與社會文化脈絡，協助國際觀眾突破同溫層並理解其情感核心。

韓國《The Village of Hope and Flowers》透過傳統紅燈區即將拆除的歷史時刻，記錄女性在經濟生存、社會污名與都市更新政策之間的處境。



評審肯定作品避免以單一價值判斷人物，也提醒製作團隊重視受訪者隱私與影像呈現方式。BBC 與瑞士公共電視（SRF）詢問面部隱私保護與敘事轉向。美國買家肯定影片不流於污名化，建議呈現韓國社會對性工作者的保守態度，並發揮實體紅燈區與現代數位性產業的視覺對比。

這些作品凸顯公共媒體支持多元觀點的重要性，也顯示具社會爭議性的題材，更需要細緻的人物描繪與倫理判斷，才能在國際傳播中建立理解，而非加深既有刻板印象。

（五）國際衝突與人道議題：兼顧故事力量與製作倫理

《EOMAIA》聚焦於醫療體系崩潰的緬甸少數民族戰區。記錄 20 多歲的少數民族女性 Lucia（曾目睹親人受害而懷抱憤怒，在訓練中學習轉化情緒）與 Ruby（為懷念支持她的父親而立志成為助產士）等人的故事。她們在泰國接受為期一年的助產士培訓，隨後冒著生命危險穿越河流與山脈返回戰區家鄉，為孕婦接生並守護生命。影片傳達「所有生命皆因有一位冒死生育的母親而存在」的和平訊息。作品將戰爭、人道救援與女性生命經驗結合，具有高度情感張力。

國際市場與題材肯定：韓國 EBS 與台灣公視（PTS）評審讚賞故事極具情感張力與珍貴價值，但關心在未來政治局勢下主角的後續發展與發行管道。背景脈絡與安全提醒：美國與國際評審指出許多國際觀眾對緬甸背景不熟悉，建議團隊補充更多社會脈絡；NHK 代表與評審則關注拍攝團隊及主角返回戰區後的人身安全與實地拍攝可行性。

《The Last Returnees》則記錄日本非政府組織長期協助非洲前兒童民兵重返社會的行動。2023 年 NGO 負責人小川先生（Ogawa）啟動「Come Home」任務，利用短波廣播、衛星電話與前兒童民兵向潛伏於叢林的武裝份子喊話並促成解散與歸鄉。目前已完成 50% 拍攝，尋求後期製作與剩餘拍攝資金。



英國與歐洲評審（如 ARTE/法國代表）提醒應避免呈現「日本英雄單槍匹馬拯救非洲」的單一視角，建議加入聯合國維持和平部隊（UN Peacekeeping）、當地政府及多方協同合作的多元視角。韓國 DMZ 影展與國際評審肯定其和平價值，並關注戰區拍攝的安全風險；團隊說明此 NGO 擁有 20 年安全管理經驗，並會與聯合國和平部隊同行，絕不冒險進入極度危險區域。

此類討論顯示，國際紀錄片的專業評估除了創意與市場性，也包括對受訪者安全、文化再現、敘事權力及拍攝倫理的重視。

對公共媒體而言，支持具有公共價值的紀錄片，也意味著必須建立相應的製作風險評估與倫理保障機制。

二、短篇紀錄片：新平台與新世代觀眾的內容機會

本屆 Short Documentary Showcase 展示多項具有不同題材與敘事風格的短篇紀錄片企劃，涵蓋文化傳承、家庭關係、環境永續、青年社會參與、地方社區及科技創新等議題。

相較於長篇紀錄片，短篇作品更強調核心概念明確、人物集中及敘事節奏，亦較容易配合數位平台及年輕觀眾的觀看習慣。

《Fugarassa: Before I Leave the Island》記錄一名 14 歲沖繩與那國島少年在父親中風後，面對家族文化傳承與個人未來選擇之間的掙扎。與那國語已被 UNESCO 列為瀕危語言，僅剩 80 歲以上長者能流利使用。少年的父親原本是島上代表性的民謠歌手與祭典主持者，因中風倒下後，少年開始代父彈奏三線琴。影片追蹤他在國中畢業前夕，面臨傳承家族與島嶼傳統期待，以及前往外地學習海洋技術個人夢想之間的抉擇。導演透過自身家族職人傳統中斷的經驗，探討「傳承的重量」與年輕世代自主選擇的權利。



評審與買家回饋：法國 ARTE 代表（Alex）指出該短片具備角逐奧斯卡短片資格的國際影展潛力；台灣、紐西蘭與芬蘭評審讚賞其探討瀕危語言與傳統樂器的普世主題，建議針對年輕觀眾推廣，尤其適合透過短篇形式接觸年輕觀眾。

《Lightsticks and Voices》記錄日本原本對政治冷感、沉迷於偶像（如女團）與動漫的追星族青年，面對修憲與戰爭風險等議題，手持演唱會螢光棒（Penlight）走上街頭參與和平遊行。影片捕捉她們「為了守護喜愛的生活而首次為社會發聲」的心路歷程，同時呈現了她們在粉絲社群內部面臨的批判與匿名（Anonymity）顧慮。



評審與買家回饋：法國與美國評審（曾經參與越戰抗議者）讚賞影片結合流行文化與社會運動的創新視角；韓國買家分享韓國燭光集會時亦有唱 K-pop 歌曲與拿應援棒的經驗，認為極具國際共鳴。

《Gold or Soil》北海道環境再生型農場提案，記錄來自美國德州的農夫 Tim，因遺產繼承問題失去祖傳農場後，隨日籍妻子移居北海道黑松內町。面對被廢棄的農地，Tim 引進「環境再生型農業」（Regenerative agriculture），不使用傳統和牛養殖，而是改善在地土壤生態。期間他與當地居民合作，成功阻止外國採礦公司在當地的金礦開採計畫，使當地生物多樣性在 2 年內提升 24%。



評審與買家回饋：BBC Storyville 代表透露 BBC 新推出 10 至 40 分鐘短片時段，對此類具備正面與成功結局（Positive outcome）的環保題材極感興趣；評審讚賞小農抗衡大企業的「大衛對抗歌利亞」戲劇張力。透過一位美國移居日本農夫的故事，呈現地方農業、環境保護及社區行動的可能性。

《120 Years On》：導演松田因即將結婚成立家庭，開始思考「社區與歸屬」的定義。影片以 18 分鐘觀察型紀錄片的形式，記錄沖繩一座成立 120 週年的村落共同賣店門口長椅上村民的日常對話。探討在快速變遷的世界中，「第三空間」（Third space）與在地社區連結對人類社會的溫暖意義。

評審與買家回饋：紐西蘭與瑞士評審表示紐西蘭原住民村落與歐洲亦面臨公共空間消失的危機，該片喚起對社區歸屬感的回歸；中國 Bilibili 代表比喻其具有《解憂雜貨店》般的溫暖氛圍。

上述案例顯示，短篇紀錄片不應僅被視為長篇作品的縮短版本，而應依據不同平台、觀眾與敘事目的，發展獨立的內容策略。

對公視而言，未來可進一步思考如何結合公視數位平台、兒少內容服務及社群媒體，開發具有公共價值、適合年輕觀眾且具國際交流潛力的短篇紀錄片。

三、NHK 國際紀錄片工作坊：公共媒體的內容與平台轉型

本次 NHK 工作坊邀請 BBC Storyville、ARTE France 及芬蘭公共廣播公司 YLE 等機構代表，分享國際紀錄片的委製策略、觀眾發展、跨國合製及新平台經營經驗。

相較於個別作品的提案評議，這場工作坊更著重公共媒體在產業環境快速變化下，如何重新定位紀錄片的內容價值與傳播策略，對公視具有重要參考意義。



（一）從電視節目導向轉向跨平台內容策略

ARTE France 代表指出，不同傳播平台的觀眾年齡結構已有明顯差異。根據工作坊分享，ARTE 傳統電視觀眾平均年齡約 65 歲，自有影音平台約 55 歲，而 YouTube 觀眾平均年齡則約 35 歲。

這些數據顯示，公共媒體若希望接觸年輕世代，不能僅將傳統電視節目移植到數位平台，而應重新思考內容形式、長度及敘事方式。

ARTE 已逐步突破過往以 90 分鐘電視紀錄片為主的製作模式，依據不同題材與平台需求，採取兩集 45 分鐘、五集 20 分鐘或以 YouTube 優先發行等彈性策略。

YLE 代表亦指出，雖然芬蘭公共廣播很早便發展自有串流服務，但如何吸引年輕觀眾持續使用，仍是重要課題。國際市場尤其缺乏專為年輕世代開發、兼具品質與公共價值的紀錄片內容。

這些經驗顯示，公共媒體的數位轉型不能只著重技術平台建置，更必須同步調整內容開發與製作思維。

（二）多版本製作成為國際紀錄片的重要發行策略

工作坊講者普遍認為，紀錄片不應再以單一長度及單一播映平台作為唯一製作目標。

例如同一部紀錄片，可在企劃階段即規劃 75 至 80 分鐘的國際長片版本、兩集各 40 分鐘的串流版本，以及 20 分鐘以內的數位短篇版本，以符合不同平台及觀眾需求。

講者亦提醒，部分長篇紀錄片長度超過 100 分鐘，可能增加電視排播及平台推廣的難度，因此在故事完整性與國際市場需求之間，需要更具彈性的規劃。

BBC 代表分享過去在 Channel 4 製作紀錄片節目時的經驗，指出社群團隊可在拍攝初期即參與製作規劃，預先開發 30 秒短影片、一分鐘精華及數分鐘的導讀內容，使作品正式上線時，能同步透過社群媒體吸引觀眾。

此一做法值得公視參考。未來紀錄片製作若能在開發階段即納入跨平台傳播規劃，不僅可提高素材運用效率，也有助於作品在不同觀眾群之間持續擴散影響力。

（三）國際合製與公共媒體的共同投資機制

工作坊亦介紹歐洲廣播聯盟（European Broadcasting Union，EBU）在國際紀錄片合作上的運作經驗。

歐洲公共廣播機構透過定期的專業小組交流，共同討論具有國際價值的紀錄片企劃，並視各機構需求採取共同委製（Co-commission）、預購（Pre-buy）及其他合作方式，分攤製作成本與風險。

此類合作模式的重要意義，不僅在於籌措較高預算的紀錄片資金，也能讓作品在製作前即取得多國公共媒體的專業意見與播映支持。

對資源相對有限的公共媒體而言，透過國際共同投資及分工，可以在不完全依賴單一機構預算的情況下，支持更具規模與國際影響力的作品。

這項經驗對公視未來國際紀錄片合製策略具有直接參考價值，尤其可思考如何與既有合作夥伴建立更持續性的共同開發及投資機制，而不僅止於個別作品的合作。

（四）國際買家對亞洲創作者的期待

工作坊講者指出，國際市場持續尋找來自亞洲、非洲及其他地區的獨特故事，但創作者必須避免假設國際觀眾已熟悉作品所在地的文化、歷史與社會背景。

對亞洲紀錄片而言，能否清楚回答「為什麼這個故事值得國際觀眾關注」及「為什麼必須在此刻講述」，是成功提案的重要關鍵。

講者並建議，提案初期應避免呈現過多人物與複雜支線，盡可能聚焦一至兩位核心人物，讓觀眾能透過具體生命經驗進入故事。

ARTE 代表亦強調，國際買家每年接觸大量企劃，因此除了議題本身的重要性，更期待作品提供前所未見的視角或令人意外的敘事切入點。

值得注意的是，BBC、ARTE 及 YLE 代表均表示願意支持具有創意與潛力的新銳導演。即使是首次執導的創作者，只要具有明確的影像觀點，並搭配具經驗的製片團隊，仍有機會取得公共媒體支持。

講者同時指出，相較於部分商業串流平台傾向避免法律、政治及拍攝安全風險較高的題材，公共媒體具有法務、編輯與製作安全等制度性支持，因此更有能力協助創作者處理具有公共價值但製作難度較高的作品。

這也再次凸顯公共媒體在國際紀錄片生態系中的不可替代性。

伍、重要觀察與分析

綜合本屆提案評議、國際買家交流及產業工作坊內容，可以觀察到國際紀錄片產業正在經歷內容開發、資金結構及傳播策略等多方面的轉變。這些趨勢不僅影響創作者如何開發作品，也對公共媒體未來的委製、合製及國際合作策略提出新的挑戰。

一、國際紀錄片的競爭關鍵，已從議題重要性轉向敘事獨特性

本屆提案涵蓋大量具有公共價值的議題，包括氣候變遷、人口老化、性別平權、社會不平等與國際衝突。然而，國際買家對作品的評價，並不完全取決於議題是否重要，而是更進一步檢視作品是否具有鮮明的人物、明確的故事方向及獨特的影像語言。

例如，《Super Old》透過高齡健美選手的強烈視覺形象，將高齡社會轉化為兼具幽默與生命張力的故事；《What Comes After Tomorrow》則以青年愛情關係呈現經濟與社會結構的變遷。這些作品的共同特色，是讓觀眾先被人物吸引，再逐步理解其背後的社會問題。



相較之下，部分題材具有重要性、但同時涉及過多人物與議題的企劃，則被評審提醒需要重新聚焦。這顯示國際市場重視的不是議題數量，而是創作者能否透過具有說服力的敘事，讓觀眾產生情感連結。

對公視而言，未來在紀錄片開發與評選階段，除考量作品的公共價值與議題意義外，也應更加重視人物發展、影像表現與國際觀眾的理解可能性。

二、國際提案平台已成為作品共同開發的重要機制

本次參與 Tokyo Docs 的一項重要觀察，是公開提案的價值不僅在於尋找製作資金，更在於讓作品在開發階段接受不同國家專業人士的檢視。

透過每組 7 分鐘提案及 7 分鐘問答，國際買家可直接提出對人物、敘事、拍攝進度、預算及市場定位的疑問。不同國家買家亦會從各自的觀眾經驗與平台需求出發，提供不同的專業意見。

例如，針對《Daughter of the Kuroshio》，國際評審關注影片如何整合主角的個人創傷、女性自主與開放水域挑戰；針對《Hiroe, the Monk and Me》，則提醒製作團隊需要在藝術家傳記、生命記憶與宗教文化之間建立更明確的敘事核心。

這些討論說明，國際提案不只是單向展示作品，而是透過跨文化、跨市場的專業對話，協助創作者重新檢視企劃的核心價值。

對公視而言，未來若希望提升臺灣紀錄片的國際競爭力，可考慮在作品正式製作前，即導入國際提案與專業諮詢機制，讓創作者更早理解不同市場的期待，降低作品完成後才尋求國際發行的困難。

三、國際紀錄片發行正朝向多版本、多平台與多元觀眾發展

BBC、ARTE 及 YLE 分享的經驗顯示，公共媒體面對觀眾高齡化及數位平台競爭，已開始重新思考紀錄片的製作形式。

傳統以單一電視頻道及固定長度為核心的製作模式，逐漸轉向依據內容特性、平台需求及目標觀眾，規劃不同長度與版本的製作策略。

這項轉變不代表長篇紀錄片的重要性下降，而是公共媒體需要讓具有公共價值的作品，透過更多元的形式接觸不同世代的觀眾。

對公視而言，未來應思考如何在既有紀錄片製作機制中，提前納入數位平台與社群傳播需求，使國際合製作品不僅能透過電視頻道播映，也能發展適合網路觀眾的延伸內容。

四、公共媒體的國際合作，正從個別作品合製走向制度性協作

歐洲公共媒體透過 EBU 等平台進行共同委製、預購及專業交流的經驗，顯示國際合作不應僅依賴個別製作團隊或單一作品的合作契機。

透過制度性的合作網絡，各國公共媒體可以更早分享企劃、共同評估內容，並依照自身需求及資源條件參與投資與製作。

此類模式除了有助於分攤製作成本，也能讓作品在前期即建立跨國播映及發行的基礎。

公視長期參與國際公共媒體交流，已累積相當的合作關係。未來可思考如何進一步將既有國際網絡轉化為具體的內容合作機制，逐步由作品交流、節目授權，發展至共同開發與共同投資。

五、公共媒體對高風險議題與新銳人才的支持，具有不可替代性

本屆部分提案涉及戰爭、政治衝突、性別認同及弱勢群體等議題，國際評審除了關心作品的市場性，也高度重視受訪者安全、拍攝倫理及文化再現。

這些討論反映公共媒體與商業內容平台在角色定位上的差異。公共媒體的價值不僅在於提供具有市場吸引力的節目，更在於支持對社會具有重要意義、但可能面臨較高製作風險的作品。

此外，國際公共媒體代表亦強調培育新銳導演的重要性。只要創作者具有明確的觀點與影像能力，即使缺乏大型製作經驗，也可以透過專業製片、國際工作坊及共同開發機制獲得支持。

這對公視未來紀錄片人才培育與創作支持政策，具有重要啟發。

陸、參與效益與具體成果

一、維繫國際紀錄片合作網絡，強化公視國際參與

本次透過參與國際提案評議及產業交流，與來自日本 NHK、英國 BBC、法德公共媒體 ARTE、芬蘭 YLE，以及其他國際紀錄片買家、發行商與影展代表進行交流，有助於維繫公視與國際紀錄片產業的重要連結。

透過參與提案評議，公視不僅能掌握國際作品開發趨勢，也能從臺灣公共媒體的觀點提供專業回饋，增加國際產業人士對臺灣社會及公視內容需求的理解。

二、掌握國際紀錄片市場需求，作為未來節目開發參考

本次觀察到國際買家對高齡社會、青年處境、環境永續、文化認同及跨國人口流動等題材持續具有興趣。

尤其是具有鮮明人物、獨特視覺及跨文化共鳴的作品，更容易獲得國際買家的關注。

這些資訊可作為公視未來紀錄片委製、國際合製及選片策略的重要參考。

三、了解國際合製與多版本發行機制

透過 NHK 工作坊，進一步了解歐洲公共媒體在共同委製、預購、數位平台經營及多版本製作等方面的實務經驗。

相關資訊可協助公視重新思考國際紀錄片合製的參與階段、資金投入方式、播映權利配置及跨平台傳播策略。

四、觀察亞洲紀錄片創作能量與合作機會

本屆提案涵蓋臺灣、日本、韓國、中國、印度、印尼及其他亞洲地區的創作企劃，反映亞洲紀錄片在題材多樣性、敘事方式與國際合作方面的發展潛力。

其中，臺灣《Daughter of the Kuroshio》等提案亦獲得國際買家關注，顯示臺灣在地故事具有參與國際市場的可能性。

公視未來可持續關注亞洲具有合作潛力的企劃，透過前期開發、共同製作或節目預購等方式，拓展內容來源與國際合作網絡。

五、取得人才培育及國際提案機制的參考經驗

Tokyo Docs 透過年度提案、短篇紀錄片展示及長期育成計畫，建立創作者與國際市場之間的連結。

日本近年亦透過 J-Docs Hub 等機制，強化紀錄片人才培育及國際合作能力。相關做法值得公視參考，未來可思考如何結合臺灣紀錄片產業資源，協助具國際潛力的創作者提升提案、跨國製作及國際發行能力。

柒、心得與後續建議

一、建立國際紀錄片前期開發與共同投資機制

建議公視逐步強化國際紀錄片的前期參與機制，除現有節目採購及個案合製外，可評估針對具國際潛力的企劃，在開發階段即投入部分資源，協助作品進行國際提案、內容開發及尋找合作夥伴。

透過前期參與，公視不僅能提高對作品內容及臺灣播映權益的掌握，也有機會與國際公共媒體共同分攤製作成本，提升資源運用效益。

二、推動國際提案培育，提升臺灣創作者的跨國合作能力

國際提案能力不僅涉及語言表達，更包含對作品核心價值、敘事策略、國際觀眾及市場定位的理解。建議未來可結合國內紀錄片創作資源，邀請具有國際合製經驗的製片人、剪輯師及公共媒體決策者，協助臺灣創作者在前期進行企劃開發與提案訓練。

透過持續性的專業支持，提升臺灣紀錄片參與 Tokyo Docs 及其他國際提案平台的競爭力。

三、將多平台傳播策略納入紀錄片開發初期

因應數位觀眾及傳播環境變化，建議公視在國際紀錄片合製及委製階段，即評估不同版本與平台的使用需求。

除傳統電視播映及國際影展版本外，也可視作品特性規劃適合串流平台、社群媒體及年輕觀眾的延伸內容。

相關策略應同步考量預算、素材管理及權利配置，以提升作品的長期傳播效益。

四、深化與亞洲及歐洲公共媒體的內容合作

公視已透過國際會議、節目交流及共同製作，與多國公共媒體建立合作關係。未來可進一步利用 Tokyo Docs 等專業平台，尋找具共同興趣的企劃，發展更具持續性的內容合作。

尤其可優先關注環境永續、高齡社會、青年議題、文化多樣性及跨國人口移動等具有共同公共價值的主題，探索雙邊或多邊合製的可能性。

五、強化公共媒體在創作倫理與社會議題上的支持角色

國際紀錄片涉及敏感議題及高風險拍攝的情形日益增加，公共媒體應在內容支持之外，持續強化製作倫理、受訪者保護、法律風險及拍攝安全等專業機制。

此類制度性支持不僅有助於提升作品品質，也是公共媒體與商業平台的重要區別。

未來公視可參考國際公共媒體經驗，在國際合製評估中納入相關風險管理與專業諮詢機制，確保創作自由與公共責任能夠兼顧。

捌、結語

本次參與 Tokyo Docs 2026，不僅是一次國際紀錄片產業交流，更提供重新思考公共媒體內容策略與國際合作模式的重要機會。

從本屆提案可以看見，全球紀錄片創作者持續以影像回應當代社會的各種變遷與挑戰。無論是高齡者追求夢想、移工家庭的跨國分離、年輕世代對未來的迷惘，或是戰爭與環境危機中的生命故事，這些作品都證明紀錄片仍具有讓不同文化背景的觀眾相互理解的重要力量。

然而，具有公共價值的作品若要真正跨越國界，除了創作者的投入，也需要國際公共媒體、製作機構及發行平台共同建立支持機制。國際合製不應只是作品完成後的海外拓展，而應成為內容開發初期即納入的核心策略。

透過更早期的國際參與、更具彈性的製作與發行方式，以及更制度化的公共媒體合作網絡，公視不僅能協助臺灣創作者將在地故事帶向世界，也能與國際夥伴共同支持具有公共價值的優質內容。

未來應持續將國際交流累積的專業關係，轉化為具體的節目合作、人才培育與內容發展成果，使公視在全球公共媒體網絡中，從國際交流的參與者，進一步成為跨國內容共創的積極推動者。