



# 銘報特刊

新聞中的新聞 媒介中的媒介

中華民國113年12月27日 星期五 主編／戴以潔



名譽發行人／李銓 發行人／李選士 社長／陳柏宇 發行所／銘報新聞 銘傳大學傳播學院創辦

第2045號 總號第2245號 採訪中心、行政中心／28824564轉2413 1982年11月1日 校內創刊 1989年11月1日 登記出版

## 台日合製電影 1+1大於2



亞洲新媒體高峰會邀請《雨中的慾情》監製厨子健介（中間）、《青春18X2 通往有你的旅程》製作人黃江豐（左一），以及NMEA秘書長袁支翔（右一）一同探討台日合製的經驗及未來展望。（圖／新媒體暨影視音發展協會 提供）

記者／張育甄

在影視產業全球化的影響下，跨國合作逐漸成為電影製作的一大趨勢，監製厨子健介近日受邀出席2024亞洲新媒體高峰會，與《青春18X2 通往有你的旅程》製作人黃江豐一同探討跨國合製的經驗及成功關鍵。厨子健介與黃江豐一致認為促成合製的關鍵為「題材契合、共享資源、拓展市場」。

黃江豐從10年前開始著手籌備《青春18X2 通往有你的旅程》，直到2019年日本導演藤井道人來台參與電影節，兩人對談後產生合作共識，才開啟台日合製計劃。他指出，聯合製作應基於雙方的互利合作，一加一大於二才有意義。

談及當初與日方團隊合作的想法，黃江豐指出，《青春18X2 通往有你的旅程》為跨越台日兩國的浪漫愛情片，與日本團隊合製就有機會讓故事被日本當地市場看到，還能同時獲得兩地的製作資金。

厨子健則說明，《雨中的慾情》主要在台灣拍攝，與日本合作不僅能充分利用日本市場的規模與資源，還能讓兩國同步上映，進一步提升宣傳效益並達成雙贏的局面。

兩位製作人都認為，跨國合製的成功關鍵是「確保題材符合雙方市場需求並具備吸引力」。

跨國合製牽扯到不同國家間的法律、文化或資源分配等層面，其

中，不同團隊協作不免是一大挑戰，特別在整合兩國團隊的工作方式上，從分工到執行都需要大量溝通。黃江豐也點出台日雙方的文化差異，尤其台灣有工時限制，日本並沒有，而日本人工作態度比較保守嚴謹，工作時不太會開玩笑，這些都需要雙方協調後建立共識。

厨子健介也透露，明年有機會再次進行台日共製，接下來他將前往金門為新作品進行場勘。厨子健介也宣傳於12月27日在全台上映《雨中的慾情》，全片有90%取景自台灣嘉義，他強調：「電影中一定會看到台灣獨有的景緻，請大家去觀賞！」



威秀影城總經理林敬修與秀泰影城總經理廖偉銘出席亞洲新媒體高峰會，以經營角度談台灣電影產業受OTT平台崛起衝擊。（圖／新媒體暨影視音發展協會 提供）

## 戲院轉型 重視消費者體驗

記者／蕭依岑

威秀影城總經理林敬修與秀泰影城總經理廖偉銘出席亞洲新媒體高峰會，以發行經營角度談論台灣電影產業受OTT平台崛起的衝擊。

林敬修認為，戲院應重新為自己定位，不再只是單純提供內容的通路，透過多元面向與設備替代感，吸引消費者走進戲院。

疫情改變大眾的生活型態，促使OTT平台崛起，越來越多的人選擇宅在家，使消費者走進戲院成為一大挑戰，林敬修也強調，戲院對OTT平台最顯著的優勢是設備的替代感，各戲院皆有加大對各自影音設備的投資，對比以往注重座位數，現今戲院會更加在意消費者的舒適感，使消費者感受到與觀賞家庭劇院的不同觀影體驗。

林敬修補充，以往戲院只是一個傳遞內容的通路，但現今戲院除提供電影外，也會隨電影附贈特典贈品，抑或電影放映結束後藝人導演與觀眾的互動。

秀泰影城總經理廖偉銘也建議，思考要有更多元靈活的面向才能將觀眾拉出家門，可以嘗試將戲院商場化，「一站式」的策略使消費者在停車後吃飯、逛街、再到戲院一條龍的消費，讓消費者停留的時間越久，越能提高其走進戲院的意願。現今的趨勢已經與以往不同，業者需要去努力做出改變，更新內部的運作，並順應時代做出應對。



台北市政府文化局局長蔡詩萍（左一）、台北流行音樂中心董事長黃韻玲（中間）、采昌國際多媒體公司執行副總經理宋文彥（右一）出席亞洲新媒體高峰會，主題「從城市談起，如何打造在地與國際的影視音文化交流」，深入探討台灣流行音樂與電影在國際的交流。（圖／新媒體暨影視音發展協會 提供）

## 國際影視音交流「花錢」增加競爭力

記者／馮美儀

台北市政府文化局局長蔡詩萍、采昌國際多媒體公司執行副總經理宋文彥及台北流行音樂中心董事長黃韻玲一同出席新媒體高峰會。主題「從城市談起，如何打造在地與國際的影視音文化交流」，深入探討台灣流行音樂與電影在國際的交流。

宋文彥認為創作人需要學會「如何花錢」，以確保製作成本在合理範圍內，進而增加台灣產業在國際間的競爭力。

采昌國際多媒體公司執行副總經理宋文彥指出，產業跟城市之間的交流有兩大好處，第一是人才，透過人才交流、互相學習彼此的長處，創造更多人才培育的可能性；第二是資

金的流動，他指出，吸引龐大的製作團隊到外地進行拍攝的原因有三個：第一，該地對於創作的觀點及題材發揮的自由與包容度，允許創作團隊在創作上有更寬廣的、更自由的創作空間；第二，城市具一站式的創作或拍攝服務，讓製作團隊在拍攝方面更輕鬆；第三則是成本考量，到外地拍攝成本較便宜時，便會吸引團隊前往。他強調，台北皆有具備以上優勢，能吸引國際影視產業的注意。

此外，北流在2023年設立北流國際顧問團，由來自六個國家的十六位顧問成立，藉此推廣產業交流，她坦言：「需要長期花大量經費去經營。」

宋文彥隨後指出，錢的管理與分配在國際產業合作中很關鍵，創作人要學會「如何花錢」的同時，若本地製作成本不斷增加，就會失去國際合作空間的可能性。他表示：「並不是我們要壓成本，而是要控制成本。」在製作前期要進行預估製作需要的資源，而成本的預估準確性及被控制性才是重點。

蔡詩萍補充，台北市文化局文化基金會已設立電影委員會，提供協拍服務，幫助電影製作團隊在台北拍攝各種影視作品。此外，文化局現階段通過與文策院合作，推動補助與投資機制，讓具有潛力的團隊邁向市場。

# 並非威脅 AI帶來機遇與啟示



Mike Bayman分享自己運用微軟AI工具Copilot的經驗，操作AI成功的關鍵在於提供「正確且詳細」的指令。(圖／許智捷攝)

記者／許智捷

2024亞洲新媒體高峰會於台北晶華酒店舉辦主題論壇，由數位時代總編輯王志仁擔任主持人，並且邀請微軟Director of Strategic Partnerships Mike Bayman、瀚草文創公司內容總監何昕月、彼此影業公司共同創辦人劉宛玲、兔將創意營業執行長李昭樺，共同探討AI創新對影視產業的影響。李昭樺強調，AI帶來的是機會而非威

脅，妥善運用能幫助業界更好的應對挑戰。

在論壇中，Mike Bayman分享自己運用微軟AI工具Copilot的經驗，他強調：「成品的好壞不取決於使用什麼工具，而是你需要的是什麼。」清楚了解自身需求，才能有效提升工作效率，並達到最佳結果。

針對到AI對編劇行業的影響，何

明表示，過去編劇在概念發想階段往往難以具體表達故事，導致無法與團隊順利溝通，然而，隨著AI技術的進步，如今編劇可以透過虛擬影像直接展示創意構想，大幅提高表達的清晰度和溝通效率。

關於AI是否會取代人類工作的問題，劉宛玲指出，故事的發想是創意中最基本且難以「偷走」的部分，AI

雖然能協助劇本創作，但真正的挑戰是在於將創意轉化為具體的故事情節，這是AI無法輕易取代的。

「不管AI會不會普及，但學一個技能都不是壞事，擁抱科技，不要固守於傳統。」劉宛玲總結，任何產業都不應待在舒適圈，影視產業的變化非常快，唯有不斷創新和學習，才能在快速變化的環境中保持競爭力。

## 沉浸式內容突破媒體界限



李彥甫、林家齊、馮建彰以及林業軒一同出席2024年亞洲新媒體高峰會。(圖／譚曉曼攝)

記者／譚曉曼

聯合數位文創股份有限公司董事長李彥甫、FREES 自由的設計創意總監馮建彰、夢想動畫創辦人林家齊及驚喜製造股份有限公司創辦人林業軒一同出席 2024 亞洲新媒體高峰會，對談中深入探討沉浸式內容產業的商機與挑戰。林家齊強調，沉浸式內容是個跨媒體產業的載體，透過這個載體提供粉絲有更多的延伸體驗與可能性。

沉浸式內容產業被文化部歸類為第16類產業，李彥甫強調，沉浸式內容產業和另外15類獨立的產業較為不同，沉浸式內容是融入其餘15項的新興產業，此模式剛好呼應此次座談會的主題「CONSOLIDATION - 融合 | 共榮 | 新生」。

至於創作者應該如何投身這個產業，林業軒提出三大重點：概念和題材、形式和媒材、需求和市場。他認為，創作者需要先明確TA(目標客

群)，再選擇適合的媒材來決定商業模式，並擴大影響力融入生活或讓觀眾走入創作者所創造的世界，這就是一個完整生態系。馮建彰則建議，內容構思應360度全方位思考，讓觀眾也是故事的一部分。

製作上海《消失的法老》一胡夫金字塔沉浸式探索體驗展的團隊VIVE Arts在去年亦曾在高雄展出《永恆聖母院》，但高雄卻不如上海的反應熱烈，馮建彰表示，上海《消失的法老》需提前一個月訂票，場場爆滿，可以看見沉浸式內容產業未來商機，但是這樣的反應卻沒有在台灣出現，當時讓人有種強烈的無力感，感覺很難去推動這個新興產業。儘管如此，馮建彰指出，隨著設備日益輕量化、價格降低時，就會有越來越多人接觸沉浸式內容，創作者便可以提前布局，搶占市場先機。



Johan Kim於12日出席亞洲新媒體高峰會。(圖／新媒體暨影視音發展協會提供)

## 開發渠道 串流市場 韓國推影視全球化

記者／呂妍熹

NEW ID 執行副總裁 Johan Kim 出席 2024 亞洲新媒體高峰會，分享公司推動韓國影視內容全球化的策略與願景。他指出，公司將計劃在歐洲、南美、北美和亞洲市場加大投資，並且支持亞洲本土優質內容的發展。

NEW ID 曾推出《屍速列車》及 Disney+ 原創劇集《Moving 異能》等多部熱門作品。Johan Kim 表示：「五年前我們開始推廣韓國影視作品，卻發現能觀賞這些內容的平台和渠道並不多。」因此，公司以北美為起點，積極開拓韓國影視的全球市場。

韓國影視作品在 YouTube、Netflix 等平台表現亮眼，Samsung TV Plus 等 OTT 平台助推韓國內容在 FAST 領域快速成長。而 NEW ID

推出 Rakuten Viki、K-Content 等平台，吸引年輕觀眾，並拓展至兒童頻道，推出 YouTube 熱門內容 Baby Shark TV，成為串流電視市場上的焦點之一。

NEW ID 於 2023 年將韓國影視內容的發行版圖擴展至歐洲澳洲，並與 Sling TV 和 Netgem 等平台合作推出獨家韓國頻道。同時，公司探索車用娛樂系統，與 BMW 合作推出 BINGE Korea 頻道，計劃整合車內娛樂系統，改變傳統影視生態。

如今 NEW ID 已成功將韓國作品推向國際市場，並期望與台灣媒體公司合作，透過 K-FAST 平台讓更多台灣消費者接觸韓國影視作品，同時利用全球發行渠道，將台灣優質內容推向國際，提升台灣影視作品的能見度。

# 《影后》耀眼 嚴藝文讓觀眾看到細節

記者／黃詩芹

《影后》編導嚴藝文、監製丁長鈺與Netflix華語內容總監黃怡玫在2024亞洲新媒體高峰會上，深入探討創作靈感及幕後心路歷程。導演嚴藝文說：「以往的她總是盡量節省預算，但現在認為將資金花在刀口上，能讓團隊發揮出更好的效果。」並期望能讓觀眾看見更多細節及更高品質的作品。

Netflix影集《影后》由嚴藝文擔任導演及編劇，影集揭開演藝圈內幕，深動刻畫女明星辛酸史。在創作上，她不僅要呈現觀眾對演藝圈光鮮亮麗的想像，也要揭露真實的一面。該劇今年入選29屆釜山國際影展，10月也於釜山全球首映前3集。

嚴藝文從演員的身份轉變為幕後創作者，她分享了創作《影后》的靈感，演員出身的她，時常在題材及角色的選擇上被侷限，拍片變成例行公事，因而萌生出轉行或做幕後的念頭。她說：「既然我是一個演員，我會有自己想演的角色，那我自己先寫寫看。」在這20年間，她從各種年齡層的女演員們身上看到掙扎與妥協，並利用這些資訊塑造出《影后》角色原型。

監製丁長鈺表示，在劇情設定上需迎合觀眾喜好，因此，導演對角色重新編排過。她指出，前幾年因疫情影響，戲院關閉讓許多電影團隊進軍影集市場，加上Netflix的引進也讓台灣影集的製作規模大幅提升，她期望未來影集能具備如電影般的規模和質感，讓觀眾可以隨時看到優秀的作品。

嚴藝文分享參加釜山影展的經歷時坦言，後製規模和細節處理給她蠻大的衝突，尤其在與觀眾一起觀看作品時，能感受到製作團隊在每個細節上的用心，「當我轉到幕後參與製作後，思維是不一樣的，當作品受到國際洗禮後，以往的觀念會開始慢慢鬆動。」從以往的力求節省預算，如今她認為合理的投資能讓團隊發揮的更好。丁長鈺補充，在整個製作過程中，她希望導演能以最純粹的視角投入創作，不必擔心金錢問題，團隊也會確保作品順利完成。

Netflix華語內容總監黃怡玫表示，今年Netflix的作品類型豐富多樣，《影后》作為人物戲劇類的作品，結合台灣創作者的幽默與感性，她期待能跟更多觀眾交流，並將台灣的戲劇推向國際。



Netflix影集《影后》由嚴藝文擔任導演及編劇，影集揭開演藝圈內幕，深動刻畫女明星辛酸史。  
(圖／擷取自遠見雜誌)



左起張倫維、陳昭如、宅女小紅、陳苑揚分享數位轉型與網紅創新合作。(圖／擷取自NMEA)

## 創新＋跨界合作 數媒網紅崛起

記者／彭心慈

Channel執行長張倫維、富邦育樂總經理陳昭如、全家便利商店商品本部副部長兼整合行銷部長陳苑揚，及作家宅女小紅獲邀出席2024亞洲新媒體高峰會，以「圈粉更圈錢！粉絲黏著度經濟衝出新商機」為主題分享數位轉型、網紅合作。陳昭如認為，隨著數位媒體與網紅文化的崛起，以及大眾對網紅職業的認同度提升，未來的內容產業將越來越依賴創新與跨界合作。

富邦育樂總經理陳昭如分享，樂天棒球隊透過韓籍隊員李多慧的加入，將舞蹈元素與體育活動結合，為球迷帶來更豐富的觀賽體驗。她指出，棒球賽季長達六十場的主場比賽，需要更多的人力支持，期望未來增加更多韓籍隊員以提升表演效果。

陳昭如也提及富邦悍將隊的啦啦隊表現，她認為，不論觀眾是為了比賽或為了啦啦隊而來，這樣的多元觀賽體驗都能吸引更多觀眾參與。雖然富邦悍將的戰績不如預期，但啦啦隊的魅力大大增強觀賽的娛樂性。

陳苑揚則強調，商品與網紅聯名最看重網紅本身的流量及創意，其能使品牌在短時間內迅

速擴大影響力，有別於以往經營一個專案還要買媒體。宅女小紅則從網紅的角度指出，聘請經紀人做專業規劃對年輕網紅至關重要，網紅們需規劃長期發展策略，避免一時走紅後失去方向。



陳昭如提及樂天啦啦隊員「李多慧」的加入，多元觀賞體驗吸引觀眾。  
(圖／擷取自李多慧IG)

## 走向國際 台流強化人才培育



徐瑞良強調，良好的溝通和尊重是促進團隊協作與達成目標的關鍵因素。  
(圖／擷取自NMEA)

記者／林宣邑

薩泰爾娛樂股份有限公司營運長張繼正、導演兼編劇徐瑞良、以及拍手數位科技股份有限公司創辦人吳芮甄，於2024亞洲新媒體高峰會，探討如何培育影視創作人才，並推動「台流」在國際市場的競爭力。徐瑞良強調，無論是創作還是人才管理，良好的溝通和尊重都是促進團隊協作、達成目標的關鍵因素。

### 良好溝通 使創作團隊進步

導演兼編劇徐瑞良以其跨文化創作與編劇經驗分享心得。他提到，在創作影集《誰是被害者》時，接觸美式編劇系統的完整架構，讓他學會在初期確立主題，並建議創作者在寫劇本前深入討論主題，以節省後續調整的時間和精力。徐瑞良認為，編劇不僅是技術問題，更關乎創作者間的情感交流與抽象概念的碰撞。系統化的討論方式不僅能保留在地情感，也有助於呈現更具國際視野的故事。

專注喜劇內容製作的娛樂股份有限公司薩泰爾，對於挑戰與人才管理有獨特策略。營運長張繼正表示，薩泰爾致力吸引專業且多元背景的人才，並提供自由、彈性的工作環境，讓他們發揮專長、展現成果。他提到，隨著團隊擴大，薩泰爾面臨溝通管理、績效考核與文化調整等挑戰，透過清晰的溝通渠道與公平的績效評估體系，有效提升協作與士氣，確保公司文化隨成長調整，為未來成功奠基。

在演員培育方面，拍手數位科技創辦人吳芮甄認為，演員多專注舞台，易忽略創作過程中其他關鍵角色的工作，應從理性角度理解導演、製作人等職位的需求，以便更好地協同合作。她指出，演員職涯常缺乏明確的成長路徑，拍手計劃推出基礎表演認證體系，幫助演員從群眾演員到有台詞角色的成長，提供可見的職業發展道路，讓演員不再迷茫，專注自我提升，走得更遠。

# 吳慷仁赴中國發展 台灣影視產業隱憂

記者／黃詩芹、彭心慈

「雙金影帝」吳慷仁於今年9月簽約中國經紀公司「壹心娛樂」後，因在中國拍戲而缺席第59屆金鐘獎頒獎典禮，後續更在微博祝賀中國「錦繡中華」成為兩岸輿論焦點。面對臺灣演藝人才不斷外流，政治大學國家發展研究所教授黃兆年提醒，臺灣應強化本土影視產業的價值，透過政策維護臺灣文化的主體性與創作自由，使臺灣產業能在國際競爭中穩定發展。

早期兩岸影視交流較為頻繁，臺灣與中國會互相引進優秀的影視作品，黃兆年提到，當時「臺灣腔」的口音對中國人來說較具吸引力，也讓臺灣的作品獲得不少關注。隨著經濟快速發展，中國影視產業顯著成長，設備先進、規模擴大、資金投入等大量資源挹注，使中國更專注於本土產業的發展，也導致近年

許多臺灣藝人逐漸轉往中國發展，如楊丞琳、歐陽娜娜等。

根據《ETtoday新聞雲》報導，CHOCOTY內容長張庭翊說：「市場規模還是有差別，一個是5萬台幣，一個是5萬人民幣，你會選哪一個？」這種現實考量讓許多臺灣影視工作者前往中國尋求更高的酬勞與更多的機會。

然而，相較於中國在政體上的限制，臺灣的影視產業在民主與開放的環境之下，使創作者能充分表達想法及發揮創意，無論是政治、社會議題等，在臺灣都較不受政府限制。黃兆年指出，臺灣擁有足夠的言論及創作自由，在國際上有更多元的發展空間，而中國缺乏言論自由，長期下來可能會是嚴重的致命傷，使影視作品在國際市場的競爭力不足。



戰國策公關創意總監兼編劇梁芳瑜提及李立群(左)與張晨光(右)為外省二代，對中國認同感相對較高。(圖／擷取自百度百科)

## 統計臺灣藝人前往中國發展立場表態圖

藝人名	備註	藝人名	備註
楊丞琳	明確表態	吳慷仁	模糊表態
歐陽娜娜	明確表態	蔡依林	模糊表態
侯佩岑	明確表態	五月天	模糊表態
張韶涵	明確表態	林依晨	模糊表態
陳妍希	明確表態	周杰倫	未表態
楊宗緯	明確表態	張惠妹	未表態
張晨光	明確表態	伍佰	未表態
王心凌	明確表態	田馥甄	未表態
安溥	明確表態	吳青峰	未表態
林志穎	明確表態	李立群	長期無使用微博

資料來源：微博、央視新聞 統計截止於2024年12月27日

今年1月賴清德總統就職演說時強調「兩岸互不隸屬」，而後中國央視發微博表示「中國終將實現完全統一」、「台獨死路一條，統一勢不可擋」等字眼，歐陽娜娜及侯佩岑等藝人隨後轉發。中國網友也紛紛統計臺灣藝人「是否明確表態」名單。

(表／楊榆榛 製)

## 人才外流與本土堅持 台灣影視需突破困境

記者／黃詩芹、彭心慈

儘管中國影視產業在創作上受到較大的限制，仍有許多優勢吸引臺灣藝人前往發展的優勢。吳慷仁在社群官宣簽約中國經紀公司的文章中表示：「我一直在過去的表演中努力嘗試不同，讓自己脫離舒適圈，演員是我的職業，而挑戰不同的角色和劇本都是我渴望的，努力去詮釋每一個團隊交付給我的角色。」言語中透露出他對更大的市場、更具挑戰性的角色與影視作品的渴求與決心。

過往吳慷仁因支持反服貿的「太陽花學運」，也曾參與演出台灣文化歷史劇，更多次針對政治與社會議題表達看法，展現出對公共議題的關注，深受台灣影迷的喜愛。對此，戰國策公關創意總監兼編劇梁芳瑜指出，吳慷仁過往在台灣接的戲大多是由文化部補助，且內容是為台灣發聲，因此其前往中國發展更易引起粉絲或臺人不滿。

對於越多台灣藝人轉戰中國市場發展，陸委會表示尊重：「這是基於市場資源或職涯規劃所作的選擇。」然而，陸委會也提醒藝人應留意中國影視環境中的潛在政治風險，包括政治審查與政策變動等問題。

為因應中國市場對台灣演藝圈的挑戰，文化部也持續推動影視產業生態系健全的發展及拓展國際聲量，自113年起編列預算啟動「匯聚臺灣文化黑潮計畫」，並將於114年推出5年期「影視音產業續航發展計畫」，除持續深耕產業基礎工作，透過獎輔措施厚實產業產製、行銷、人才等各環節基礎量能，健全產業根基外，並推動國際級內容，讓優秀影視人才有更大的施展空間。

文化部也補充，創意與自由是臺灣影視產業發展的寶貴靈魂，只要清楚臺灣的自身定位，並具備明確的影視發展策略，影視產業的蓬勃發展依然可期。



吳慷仁獲金馬60最佳男主角。(圖／擷取自尚進美日韓語)

## 文化認同、身份價值、市場差異... 進軍中國 考驗重重

記者／楊榆榛

過去二十年，臺灣影視從業者紛紛前往中國發展，最初，兩岸影視行業的報酬雖然相同，但中國是以「人民幣」計算，使酬勞價值高出五倍，吸引大批臺灣人才投入其中。戰國策公關創意總監兼編劇梁芳瑜指出，隨著時代變遷，儘管中國影視產業的市場規模與資源仍遠超臺灣，但曾經那麼高薪的「黃金時代」已成過去，如今的現實考驗更加嚴峻。

臺灣藝人在兩岸間的發展也受到身份背景的影響，梁芳瑜表示，像早期李立群、張晨光等進入中國市場的臺灣演員，多為外省二代，其文化認同與背景相近中國，發展也較順利，但年輕一代的臺灣演員對中國的認同感相對較低，加上兩岸政治政策與氛圍的改變，中國市場對臺灣影視人員的政治表態要求，使其在市場拓展上面臨更多挑戰。

梁芳瑜回憶過往經驗，曾有機會與中國影視公司合作編寫劇本，但因對方要求簽署非臺獨聲明書，使她放棄與中國的劇本創作。她說：「那次經驗讓我壓力很大，甚至需要檢查自己的社群媒體內容，避免可能被解讀為敏感的言論。」這樣的政治審查造成許多臺灣影視工作者進入中國市場的心理負擔，特別是那些希望保留創作自由的人，往往就此卻步。

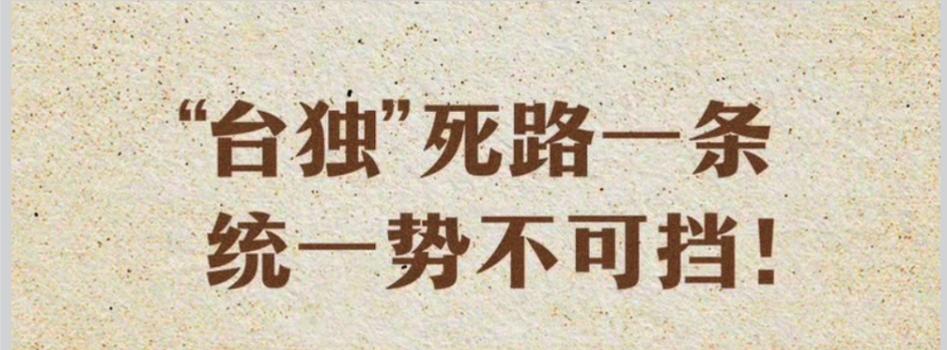
中國政治審查不僅限制個人的表達自

由，也造成輿論的雙重壓力。例如，雙金影帝吳慷仁因過去多次出演文化部補助的作品，戲劇內容常聚焦臺灣議題，如今轉向中國發展，容易引起兩岸觀眾的不滿。梁芳瑜分析，中國觀眾質疑他的立場，臺灣支持者則對他的選擇感到失望，這讓他的處境更加尷尬。

政治大學國家發展研究所教授黃兆年也進一步指出，隨著中國影視市場的蓬勃發展，臺灣影視人員的進入門檻逐步提高。「除了專業能力外，政治立場的公開表態已成為重要條件。」例如，在重要節日或特殊事件發生時，臺灣藝人若未能發表支持中國的言論，將會面臨網絡輿論的攻擊，甚至封殺。

這種高壓環境不僅限制臺灣影視人員的發展空間，也考驗他們的身份認同與立場選擇。陸委會指出，兩岸在制度及創作理念上存有差異，臺灣政府支持健康有序的影視交流，並透過更新陸委會官網「臺灣藝人赴中國風險提醒專區」提供政策與注意事項，提醒赴中應審慎評估，以保障自身權益。

中國影視市場的豐厚機遇，無疑為臺灣影視從業者提供新的可能性，但伴隨而來的政治審查與輿論壓力，也讓兩岸之間的文化交流充滿挑戰。如何兼顧經濟利益與創作自由，不僅是個人的抉擇，更是台灣影視產業不得不面對的重要課題。



中國央視於微博發文：「中國終將實現完全統一」(圖／擷取自中國央視微博)