

一份華語電影的宏圖，正在兩岸三地展開，共同開拓市場正成為內地與港台電影產業深度合作的重點。日前在香港成功舉辦的國際影視展不僅是世界與亞洲的第二大影視盛典，更是兩岸三地電影工業界的投資人、製片人、發行商等相關人士共謀發展大計，為創造「大華語電影時代」進行更廣泛與深入合作的平台。

香港文匯報記者 謝志豪、劉辰燁、羅紫韻



華語電影的宏圖

兩岸三地共同開拓市場

此次組織了55家內地影視及動漫公司參加影視展的中國電影海外推廣公司周鐵東總經理表示，現階段，內地的電影電視產業雖繁榮，但真正可以「走出去」的影片卻並不多；不過，雖然每年可以進入海外市場的內地影片只有10%，但隨着投資者對回報要求的提高，內地電影加大拓展海外市場的力度是必然趨勢。

他將內地影片進入海外市場的狀態用一個「菱形」來解釋：「頂點是少量通過與好萊塢或者香港合拍的走出去的華語影視大片，底點是通過發行渠道走出去的藝術片，而在中間的，也是最多的，就是無力走出去或者不知道怎麼走出去的其他各種類型的國產片。」他繼續說道，「如何扶持他們走出去，就是我們的業務重點。」

該公司亞太業務總監吳楠表示，在國產片走出去的道路上，文化、語言及對市場的不了解是重要的問題，同時「講故事」的方法很重要。他說：「中國人往往會按照自己的方式去拍攝，敘述一個故事，但這種方法未必可以引起其他國家或地區的共鳴，有時甚至不被接受。」他進一步表示，未來該公司會提高製片的前期介入，努力加強「國產片國際化元素」的培養。

如何將題材及敘述方式國際化，正是內地影視界可以向港澳及台灣業界學習的重點之一，此次聯合拍電影《忠烈楊家將》參展的河南電影電視製作集團對此深有體會。該集團副董事長蘭立新表示，自內地與港澳地區簽署CPEA合作協議之後，港澳地區與內地的合作就越來越密切，《忠烈楊家將》就是與香港天馬電影製作有限公司及華誼兄弟三方聯合投資出品。

他指出，此次的合作不僅讓角色陣容得到了極大的豐富，最終電影的效果也非常好，與香港公司合作也使得電影在當地的宣傳更有優勢。「試映的時候國內外觀眾都有，大家看得非常投入，結束後大家自發鼓掌，反響很好！」他進一步表示，以後還將繼續與香港電影公司展開合作。

此次影視展是自去年12月《關於加強海峽兩岸電影

合作管理的現行辦法》正式頒佈後的第一個國際性影視盛事，該《現行辦法》的頒佈意味着，以後台灣電影將與香港電影享受相類似，甚至更加寬鬆的政策，這也給兩岸三地電影界的合作創造了契機。台北市電影委員會總監饒紫娟表示，相信隨着政策的變化，預計將會有更多兩岸三地的合拍電影，透過彼此間的互動合作共同走向全世界。

饒紫娟說：「我們可以借由推動影視產業來宣傳我們的城市，我們的文化還有我們的各類地方特色，讓更多的人了解我們，也可以將有特色的非物質文化遺產借由影視產業廣泛的宣傳，擴大影響力並加以保護。」台北影委會旨在為在當地拍攝的電影提供由製作到行銷的一站式服務，不論是內地、香港抑或是外國的攝製組，影委會全力協助電影的取景、拍攝及宣傳。

而在內地方面，國家對外文化貿易基地（上海）亦全力為國內文化影視企業拓展國際市場，尋求國際合作提供相關服務配套。該機構透過組織上海及全國近20家文化影視企業和新品力作參加本次國際影視展，向國際影視界呈現了首個國家級對外文化貿易基地的功能與目標。當中有份隨團參展的上海河馬動畫設計股份有限公司營銷部經理鮑琪亦為未來發展定下目標：「河馬動畫將年產2至3部高質量的國產原創動畫電影，力爭在國際舞台取得一席之地。」他介紹稱，河馬動畫是內地最早使用頂級的動作捕捉系統（MOCAP）的民營動畫公司，擁有內地最專業的動作捕捉技術人才；動作捕捉系統不但在河馬動畫本身的動畫電影項目中取得良好應用，同時也廣泛服務於其他合作夥伴的真人電影、電視、遊戲等項目，這些都是河馬動畫打進國際市場的核心優勢。

但在饒紫娟看來，華語電影若想要行銷全球還需要更好的整合。「兩岸三地應該密切配合、優勢互補，將文化特色和電影相結合，好的劇本配上文化經典，既可帶動電影市場，又可帶動旅遊。不僅可以在台灣、香港和內地播放，還可以以我們的文化特色做為主打，走出華語地區，邁向世界！」

事實上，中國首家以製作電視劇為主營業務的上市公司華策影視，今年亦積極推進國際化戰略。據悉，華策影視目前已有不少重要的部署和舉措，正在緊鑼密鼓的籌備和實施當中；其中，華策與香港收費電視營運商now TV共同開拓出具有中國特色而又面向世界的國際一流品質的精品劇作，介紹給香港及海外的觀眾。

除製作電視劇集之外，華策影視還在籌建華策影視產業科學技術研究院，組建專門團隊，研究和應用國際先進技術、理念及經驗，加強與國際一流影視製作公司的技術合作，使中國的影視製作技術提升至國際化水準，這也是內地首家由民營企業成立的首級研究院。華策影視總經理趙依芳指出：「十八大首次提出了支柱型產業的要求，從中央到地方各級政府出台了各種力度空前的扶持政策，這樣難得的機遇與市場環境，定必吸引到全球的優秀同行，集聚國際優質資源，交流合作、共同發展，所以華策一定要抓住這個機遇，與同行精英共同合作、互助共贏。」

另外，由無錫廣電集團、北京綠寶絲文化傳媒有限公司共同出品的電影《不肯去觀音》，也是一個中國國家電影海外推廣、將中國傳統文化弘揚世界的絕佳示範。《不肯去觀音》是中國第一部以觀音菩薩為主題的電影故事片，該片在中國電影年度700多部電影中脫穎而出，被中國電影股份有限公司選中，並加盟為出品單位後，鼎力向國際電影市場包括北美、歐洲、日本、韓國及亞洲等世界各地推發。

從事影視節目數字版權分銷的北京盛世驕陽文化傳播有限公司高級副總裁陳彤也表示，兩岸三地的影視界精英若能合作拍片、優勢互補，其影響不可小覷。他認為，兩岸三地既互相需要，又可互相扶持。港澳及台灣地區拍攝影片可以借由中國內地的電影市場保證收回成本，而內地的導演及電影製作公司又可以借由港台地區的編劇來尋求更國際化的題材和更專業的行銷手段。「我覺得兩岸三地若能如此合作，華語片獲奧斯卡獎指日可待！」

點金

我們正在全面走進又一個新時代，心中的宏圖，手下的藍圖，將最終決定我們腳下的版圖。

宏圖



聯想的宏圖

以創意科技爭取全球電腦一哥地位



香港文匯報訊（記者 劉辰燁）過去幾年，為應對PC行業及智能領域的快速變革，聯想自2010年起開始實施「防守和進攻」的發展戰略，3年過去了，這一發展戰略的成效如何？聯想未來的部署如何？聯想將如何實現自己成為行業第一的宏圖？近日聯想集團副總裁及香港、台灣及韓國區域總經理李世傑針對上述問題接受了本報的專訪，他表示該策略是聯想賴以成功的重點策略之一，並將繼續應用在全球各個市場。

李世傑指出，根據資訊科技研究顧問機構IDC數據顯示，2012全球電腦產品整體銷售下跌近8%，但同期Lenovo繼續錄得顯著增長，出貨量比對上一年上升8%。2012年第四季數據更顯示Lenovo在全球市場佔有率升至16%，創歷年新高，顯示Lenovo正一步步邁向世界最大電腦產品供應商的席位。

他為記者詳細闡述了該策略的執行方式：「簡單來說，『防守』即是Lenovo通過品牌和技术優勢，進一步鞏固佔領地位的市場，再投入更多資源去全力『進攻』最有發展潛力的市場空間，務求爭取更大佔有率協助品牌邁向全球第一電腦產品供應商的席位。」他進一步指出，「防守和進攻」亦同時講求平衡發展，在全力開發新興市場的同時亦繼續加強傳統市場的領導角色，以強大創意開拓更多更新形態的PC+產品的同時不會忘記為傳統個人電腦注入新力量。

他續稱，目前在整個香港、台灣和韓國地區的策略分別是「防守」香港，擴大市場領導地位和佔有率，讓Lenovo可以有更多資源「進攻」有比較多當地品牌的台灣，以及較遲起步的韓國市場，令三地都能夠保持盈利能力和爭取更高的佔有率。

李世傑對記者說：「我們目前集中進攻台灣和韓國市場業務，並不代表

我們放棄進一步拓展香港市場的機會。相反而言，我們在香港下重注，進一步提高該區的盈利。」

現時Lenovo香港市場主要客戶群來自商業用戶，該集團在保衛商用電腦產品市場的領導地位的同時，將大力拓展零售市場，推出各類具備吸引力的創新產品，以及通過大型連鎖店及分銷商等合作夥伴加強銷售推廣，讓其產品有最完善的銷售渠道接觸消費者。Lenovo目前在香港市場的佔有率是22.9%，該集團訂立的中期目標是要達到30%。

李世傑表示，Lenovo進軍台灣之後迅速成為當地電腦市場最大的外地品牌，目前排名已進佔第三位，市場佔有率達到8%。將來集團會主力發展與台灣商業客戶的關係，加強與當地電腦產品銷售網絡合作，增強與中小企業及政府機構的聯繫，同時拓展銷售渠道以進攻零售市場，目標是要在一年內提升佔有率至10%。

他指出，韓國屬於三個市場中最遲開發的，當地營運團隊較新，所以市場佔有率亦較低，現時僅2.9%，但未來將全力進攻這個市場，擴大和優化Lenovo在當地的營運團隊，同時致力建立有效的市場營銷網絡，引入更多ThinkPad和IdeaPad系列產品，加強網上和傳統媒體上的推廣工作，目標是要於18個月之內搶攻到市場前五位的排名。

談到Lenovo未來的宏圖大業，李世傑說：「放眼未來，我們不單着眼市場份額，而是如何憑藉Lenovo品牌策略『For Those Who Do』，利用我們的企業文化、創新思維及產品技術方面的優勢，致力將品牌打造成一個富有力量、為全球所認識和愛戴的『Power Brand』。」

他表示，在產品開發方面，Lenovo一直以來最大的優勢就是創意和清晰的企業策略。目前電腦產品已進入PC+年代，電腦是人類日常生活中

不可缺少的一個重要元素，而且有越來越多類型的電子設備，例如從智能手機到智能電視都加入了電腦的運算功能，可以好好的幫助用家解決生活上的需要，帶來更多更廣泛的電腦應用。

同時，他表示Lenovo會致力推動創新，積極推出更多PC+產品。在「四屏一雲」（四屏是指個人電腦、智能手機、智能電視和平板電腦，雲是指雲端應用）領域下，Lenovo就於今年年初推出多部更富創意和話題性的新一代筆記型電腦，例如ThinkPad Helix及IdeaPad Yoga系列，將平板電腦和筆記型電腦的好處二合一，全面提高產品的流動性和應用層面。在剛過去Mobile World Congress，Lenovo亦展示了全新的平板電腦及智能手機。

不單在PC行業有宏圖，Lenovo還有個長遠的目標，便是成為領先智能裝置廠商。根據資訊科技研究顧問機構IDC數據2012年第四季全球智能裝置數據顯示，Lenovo已成為全球第三大智能裝置廠商，年對年增長率達47.2%，進一步加強其擴充在PC+領域版圖的決心，而集團在香港、台灣及韓國地區亦會朝這方向發展，成為領先的智能裝置廠商。

李世傑對市場上有聲音指傳統個人電腦將會被淘汰一事表達了自己的看法：「我們深信這個市場依然大有可為，只是個人電腦的設計必須要順應消費者的需求不斷自我演化。」IDC數據指2011年全球共有三點五億部個人電腦，並預計到2016年將增加至五億部之數。未來數年香港、台灣及韓國三個市場對個人電腦仍然有需求，Lenovo自然不會放棄個人電腦市場，並會繼續推出更多更有創意和貼心設計的產品。集團在2013年年初舉行的國際消費電子展（International Consumer Electronics Show）就推出了一系列新產品，包括有「人際電腦」美譽的IdeaCentre Horizon桌上型平板電腦，以創新形態及強大功能開創全新電腦共享經驗。

升級版網站

英皇金融證券集團
Emperor Financial Capital Group

提供：金銀 · 外匯 · 股票 · 期貨交易

縱橫匯海 財經網站
www.MW801.com

(英皇金融證券集團全股匯期財經網站)

- 實時金銀外匯報價
- 國際即時新聞
- 股市、金銀、外幣每日分析

(852) 2574 2229 (86) 135 6070 1133

免費贈送 2013年投資大計記事簿、年曆及數據年曆海報。(數量有限，先到先得，送完即止)

www.MW801.com

手機 WhatsApp/WeChat: 9262 1888
Email: GOLD@MW801.com QQ/ 微訊 ID: 268021801