

粵「15條」撐影視 建環珠江口產業帶

攜手港澳走出去 促進影視人才資金技術市場融通合作

香港文匯報訊（記者 李望賢 深圳報道）5月22日，第二十一屆文博會開幕首日，廣東重磅出台推動文化產業高質量發展「政策包」，提出一攬子87條政策措施，覆蓋影視、演藝市場、動漫影視、網絡遊戲、電子競技、網絡視聽六大領域，當中圍繞影視產業發展提出15條扶持政策，包括沿珠江口兩翼布局建設影視產業集聚區，發揮廣州、深圳雙城引擎作用，打造輻射粵港澳大灣區的環珠江口影視產業帶。



●政策支持影視IP在地文旅行轉化和衍生品開發。圖為遊客在江門長堤歷史文化街區內的電視劇《狂飆》拍攝點拍照。資料圖片

在影視、演藝市場、動漫影視等方面，廣東方面提出要加強粵港澳合作，建立粵港澳人文交流、產業互動、聯合走出去等機制。「相信三地優勢疊加，影視合作前景會更加廣闊。」廣東省委宣傳部常務副部長、省電影局局長崔朝陽表示。有行業人士認為，相關政策相信能鼓勵更多香港年輕一代的影視行業人士北上拓展事業，而香港多年來視野相對國際化，在北上的過程中，既要思考如何更好地匹配內地市場的不同口味，亦要考慮如何秉持香港優勢，與廣東攜手帶動更多作品出海。

建立省級選題庫「繁星計劃」育人才

據悉，是次發布的《關於推動廣東影視產業高質量發展的若干政策措施》（以下簡稱「廣東影視15條」）共15條扶持政策，貫穿影視創作、拍攝、製作、發行、放映、衍生開發產業全鏈條。

其中提出廣東將發揮廣州、深圳雙城引擎作用，沿珠江口兩翼布局建設影視產業集聚區，打造「雙核」驅動、多點支撐、輻射粵港澳大灣區的環珠江口影視產業帶。用好橫琴、前海、南沙等粵港澳大灣區重大合作平台對符合條件企業減按15%徵收企業所得稅等優惠政策，鼓勵各地市結合實際打造影視產業鏈優勢環節，優化全省影視產業空間和載體布局。

創作方面，政策明確建立省級影視選題庫，重點扶持歷史、紅色革命、科技、現實等題材，選題孵化階段最高支持500萬元（人民幣，下同）。製作方面，按拍攝、發行、公映等環節分步扶持，單項目累



●廣東圍繞影視產業發展提出15條扶持政策。圖為位於廣州增城1978電影小鎮內的影視後期特效製作工作室。網上圖片

計最高可達2,000萬元，對獲國家資助項目最高按1:1配套支持，並設立中小成本影片專項扶持計劃。圍繞人才引進培養，相關政策提出要鼓勵頭部影視平台機構在廣東落地影視工作室、創新探索性項目，持續實施廣東青年電影人才培養「繁星計劃」，建立青年影視人才庫。

崔朝陽表示，廣東電影票房連續23年居全國首位，2024年廣東出品電影的票房達到51.6億，佔全國國產電影票房的15.3%。但是，廣東的影視產業還存在一些薄弱環節，主要體現在廣東優秀影視作品還不夠多，影響力還不夠大，產業規模和能級與廣東經濟大省的地位還不匹配。此次出台「廣東影視15條」就是要解決這些問題。

鼓勵港澳業界投資影視製作

香港文匯報記者注意到，在影視產業，粵港澳三地向來互動頻繁，相關政策提出，要落實CEPA服務貿易協議中關於影視合作交流條款，推動建立粵港澳人文交流、產業互動、活動聯辦、年度發布、聯合走出去等機制。對在廣東立項的合拍影視項目給予同等力度扶持。支持港澳影視機構和從業人員來粵開展培訓、考察、采風、交流、研學。鼓勵粵港澳影視行業組織發揮橋樑紐帶作用，促進粵港澳影視人才、資金、技術、市場的融通合作。

圍繞動漫影視產業發展，廣東出台《關於推動廣東動漫影視產業高質量發展的若干政策措施》，當中明確提出支持建立「粵港澳大灣區動漫影視產業聯盟」，鼓勵港澳服務提供商投資

影視製作，發揮香港和澳門的國際化窗口作用，加強粵港澳三地文化產業協同、資源互補，推動版權交易、資本對接與國際發行，打造「全球動漫影視創新走廊」。

鼓勵港澳演藝人員到粵開展業務

此外，《關於推動廣東演藝市場高質量發展的若干政策措施》則提出要優化粵港澳文化合作會議機制，創新實施演藝人才聯合培養計劃，鼓勵符合條件的港澳演藝從業人員來粵開展業務，推動建立「粵港澳大灣區劇院聯盟」「粵港澳大灣區演藝聯盟」，促進三地演藝資源互通、演藝活動巡迴落地。



●香港導演李力持 香港文匯報深圳傳真



●粵港澳大灣區文化創意產業總會執行會長黃競 香港文匯報深圳傳真

港業界北上建議：適應觀眾 布局合作

香港資深導演李力持表示，相關政策對香港從業人士有提振信心的作用。現時傳統影視行業不斷受到衝擊，無論香港還是內地從業人員都需要思考如何傳承和進一步發展創新。《哪吒》成為中國電影一個很好的典範，製作認真，又有娛樂性，但有多少電影能做到？有多少投資人願意等幾年時間去製作？此外，如今的觀眾逐漸習慣手機刷視頻和短劇，要如何吸引他們走進影院觀看電影，這些都是粵港澳影視行業人士需要思考的問題。

他認為，過往香港工業發展成熟，有許多叫好叫座的作品，例如喜劇，也是非常成熟的作品類型。但如今北上，還要考慮如何匹配內地觀眾不同的喜好，以及適應新時代觀眾的觀賞習慣。另一方面，香港國際化的優勢，有更多渠道和資源對接國際，可以更好地思考如何與廣東合作推動作品走出去。

科技帶動 創意賦能

粵港澳大灣區文化創意產業總會執行會長黃競則認為，無論是遊戲《黑神話：悟空》還是電影《哪吒》在海外火爆出圈，帶動的不僅是作品本身，還有眾多相關的文創商業板塊，成為中國文化出海的很好案例，也給大家更多信心。香港一大優勢就是創意設計，當前科技不斷發展進步，尤其是AI技術的廣泛應用，取代了一部分工具性的工作，好的創意重要性反而更加凸顯，在文博會期間，香港館展出的「LABUBU」、「Molly」等超高人氣IP，正是彰顯香港創意設計的很好案例。「當科技帶動我們在影視、動漫乃至其他文化產業發展越來越前沿，香港可以思考如何更好地用創意賦能，以更多維度助力大灣區乃至中國的文化出海。」

●香港文匯報記者 李望賢 深圳報道

完善影視產業體系 四方面重點安排

- 培育頭部企業**
推動環珠江口影視產業帶規模化專業化發展，鼓勵引進、培育頭部影視製作企業、頭部播出平台和先進影視技術開發企業。
- 完善發行推薦機制**
鼓勵影視機構建立海外發行機構及渠道，對境外發行廣東出品影片最高給予500萬元（人民幣，下同）獎勵，對出海的微短劇可最高給予50萬元譯製補貼，對專門面向海外市場發行的微短劇可最高給予50萬元扶持。
- 鼓勵特色院線建設**
鼓勵藝術、教育等特色院線建設，資助新成立的電影院線公司，資助影片開展分線發行、多輪次發行、區域發行、分眾發行等創新業務。
- 開展「影視+」相關活動**
支持影視IP在地文旅行轉化和衍生品開發，增強長尾效應。鼓勵各地靠前介入影視項目、打造影視消費新場景，持續開展「影視+」相關活動。

整理：香港文匯報 記者 李望賢

動漫影視政策要點

- 三地協同**
建立「粵港澳大灣區動漫影視產業聯盟」，加強粵港澳三地文化產業協同、資源互補，打造「全球動漫影視創新走廊」。
- 融合發展**
鼓勵動漫影視行業積極融合應用人工智能、虛擬現實等高新技術，支持傳統藝術形式向數字化交叉融合發展。
- 吸引人才**
鼓勵全球高水平動畫專業人才落戶廣東，重點引進原畫師、剪輯師、AI動畫師等專業人才。
- 「動漫影視+」**
鼓勵動漫影視企業與演藝、旅遊、教育等其他產業融合，打造動漫影視消費新場景，持續開展「動漫影視+」相關活動。

整理：香港文匯報記者 李望賢

深圳文博會開幕 「型格」香港秀潮流品味

香港文匯報訊（記者 李薇、胡永愛 深圳報道）第二十一屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會（下稱「深圳文博會」）22日在深圳開幕。香港館組織14家潮流、文化企業首次參展。策展人司徒衛鏞指，本次參展核心目的，是希望讓公眾重新認識香港作為型格城市的一面，「無論時代怎麼樣，香港由始至終都是一個型格的城市……『型』是很抽象的，每個人心目中的『型』都不盡相同，但我們說潮流文化的核心，指的是擁有某種觸覺和品味，因而造就出一種獨特的風格。」

潮玩IP大合集 茶餐廳齊打卡

為期5天的深圳文博會共設8大展館，包括3個綜合館和5個專業館，共有全球65個國家和地區、305家海外展商線上線下參展，國際化佔比達20%。香港館共分為四大展區，涵蓋電影、漫畫、時裝設計、珠寶設計、藝術玩具、老字號品牌等多個創意領域，力求展示香港文創產業的多元面貌與深厚底蘊。其中「藝術玩具展區」邀請了泡泡瑪特最暢銷的三大潮玩藝術家Kenny Wong（王信

明）、龍家升、畢奇參展，現場被打造成茶餐廳場景，放大版沖奶茶Molly、等吃Pucky與參觀者合影。而這個潮玩茶餐廳的創意正是源於Molly的創作者Kenny Wong與Pucky的創作者畢奇，「我們香港人幾乎每天都會去茶餐廳吃，把這些潮玩引進來，讓大家覺得很有親切感。」Kenny Wong表示。

老字號參展 主打香港製造

「香港品牌展區」邀請了周大福珠寶、駱駝牌、星光實業（紅A）參展。其中駱駝牌除了帶來經典暖水壺打卡牆外，還聯乘漫畫家曹志豪和蘇頌文推出兩款以香港記憶為題材的暖水壺，極具收藏價值。「紅A」則以逾700件經典矮凳、極斗凳和燈罩砌成的巨大裝置，與「MADE IN HONG KONG」字樣互相輝映。「紅A」以優質塑膠製品聞名香港70多年，一直在香港生產，近六成的銷售額也來自香港。第三代傳人兼業務拓展總監梁馨蘭介紹，「紅A」的產品目前還銷往澳門、新加坡等地區與國家，未來將註冊紅A書賬號，面向內地消費者進

行直播推廣：「希望讓更多香港年輕一代以及更多人知道，香港有自己的品牌，這個品牌承載了很多香港家庭幾代人的故事。」

港片港漫港設計 細味香港創意

此外，「時尚服飾展區」邀請了TESS、GOC Studio、Celine Kwan、Devil Claw Jewellery Design等香港時裝與珠寶設計的跨代力量。「電影和漫畫展區」匯聚了藝術家楊凡、王澤、曹志豪、蘇頌文，區域內不僅展出香港經典漫畫《老夫子》等，還設置了巨型LED幕牆，播放由著名導演楊凡親自監製剪輯的電影片段，讓觀眾細味不同年代的香港面貌，以及當時正值錦瑟年華的影視偶像如張曼玉、鍾楚紅、吳彥祖等人的風采。

「韓國能靠K-Pop征服世界，香港為什麼不行？」司徒衛鏞指出，香港骨子裏有型格的個性、深厚的文化底蘊、自由的創作環境，以及獨特的故事。關鍵就在於，如何讓世界重新看見香港的型格，而這也是本屆深圳文博會香港館的核心使命。



◀文博會香港展館策展人司徒衛鏞 香港文匯報記者李薇 攝

▼5月22日，文博會展出多款潮玩IP產品。 中新社

