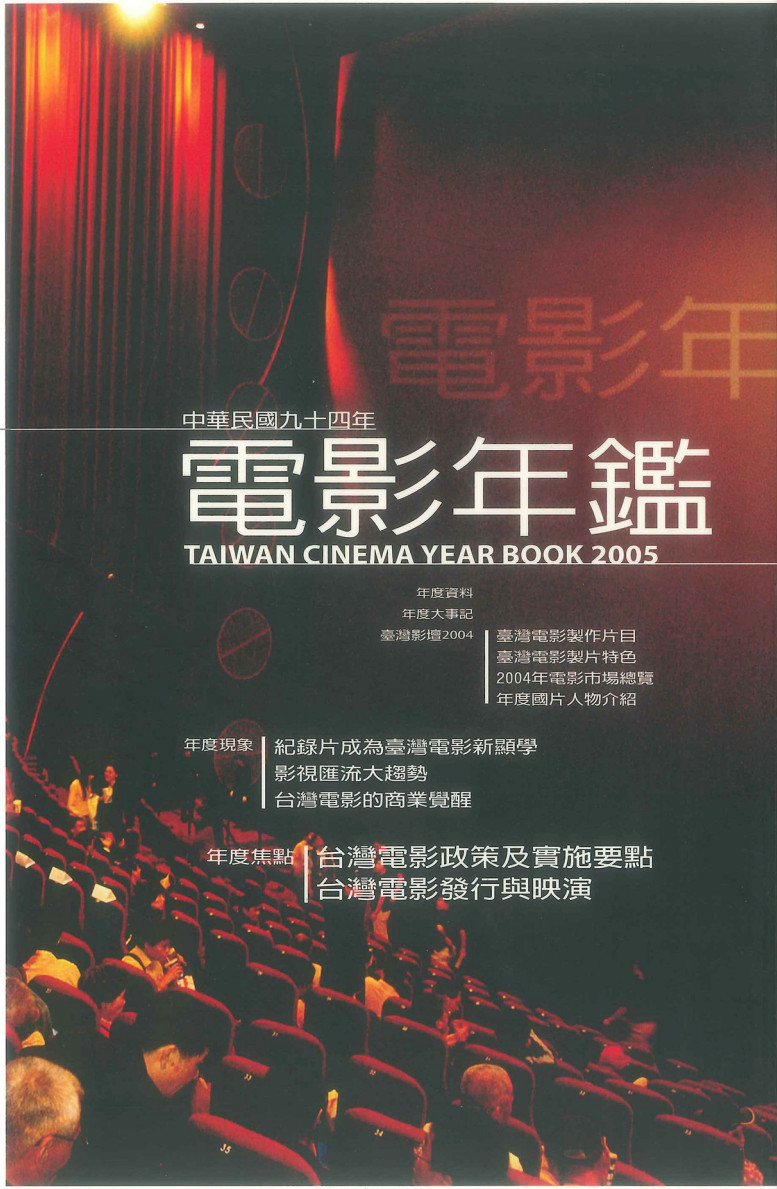


中華民國九十四年

電影年鑑

TAIWAN CINEMA YEAR BOOK 2005

年度資料

年度大事記

臺灣影壇2004

- 臺灣電影製作片目
- 臺灣電影製片特色
- 2004年電影市場總覽
- 年度國片人物介紹

年度現象

- 紀錄片成為臺灣電影新顯學
- 影視匯流大趨勢
- 台灣電影的商業覺醒

年度焦點

- 台灣電影政策及實施要點
- 台灣電影發行與映演

行政院新聞局 出版

2005 電影年鑑

中華民國九十四年

Taiwan Cinema Yearbook

行政院新聞局　出版

目錄 中華民國九十四年電影年鑑

007 局長序

009 年度焦點

010 台灣電影政策及實施要點
015 現階段電影輔導政策之措施與展望
022 談我國的電影政策與願景
032 台灣電影發行與映演
036 《十七歲的天空》的製片策略
041 奇蹟與灰燼——編劇談《十七歲的天空》的構想過程
046 《生命》與《全景映像季》行銷初探
059 當紀錄片成為新的教堂——試論《生命》及其文化現象
064 可愛小狗掀起的旋風——《再見了，可魯》發行商黃茂昌專訪
073 美麗的憧憬，悲涼的失敗——《五月之戀》行銷策略檢討
078 大銀幕新舞臺——數位電影帶來的院線再生緣
083 放映新發展——美麗華IMAX電影綜覽
091 台灣電影映演業巡禮

123 年度現象

124 紀錄片成為台灣電影新顯學
128 不碰政治的台灣紀錄片文化——「台灣國際紀錄片雙年展」的啓發
131 《跳舞時代》小筆記——1933，或是2004
135 我的許多第一次——《Viva Tonal跳舞時代》側記
139 從「歌舞中國」和「跳舞時代」的票房勝利談起
146 挑擔者劉必稼：胡台麗談《石頭夢》
158 台灣的心肝——《無米樂》

161 搭一座橋——《南方澳海洋紀事》側寫
164 翻滾吧！男孩
166 影視匯流大趨勢
170 公視投拍——紀錄片的新天地
173 《魔豆傳奇》之傳奇——電視豆股份有限公司行銷副總許榮宏專訪
180 電影新方向：網路寬頻與數位影像
185 台灣電影的商業覺醒
190 從印度寶萊塢看台灣商業電影的發展與困境
194 由三部作品談年輕創作者的崛起與困境
198 夾縫中中求生存的中生代導演——楊順清專訪
207 從《一石二鳥》談台港電影在大陸的發展——朱延平導演專訪
215 是出口還是深淵？——台灣電影跨國合製的困局與轉機
223 輔導金制度之效益與興革說帖

231 台灣影壇 2004

232 2004年的台灣影壇
235 年度影片介紹
250 合資未合流——從金馬獎看年度華語電影的各自風華
252 2004年電影市場總覽
267 王小棣的「擁抱」力量
270 豔光電影絮語
274 殞落星塵

Contents

Preface 007

Highlights of the year 009

Developments of and vision for Taiwan's motion picture policies 010

- Current measures and future outlook of Taiwan's motion picture guidance and assistance policies 015
- Discourse on Taiwan's motion picture policies and vision 022

Distribution and screening for Taiwan's motion pictures 032

- Production strategy of Formula 17 036
- Miracles and ashes-a playwright talks about the plot of Formula 17 041
- Preliminary look at the marketing of Gift of Life and the Full Shot Film Festival 046
- When a documentary becomes an icon-a discussion on the Gift of Life and its cultural phenomena 059
- The whirlwind caused by a cute dog in the film Quill, and an exclusive interview with the film distributor Patrick Mau Huang 064
- Rosy prospects and desolate failures-a review of the marketing strategy for Love of May 073
- Large screens and new stages-digital films reinvigorate cinemas 078
- New development in screening-an overview of Miramar's IMAX cinema theater 083
- Tour of movie theaters throughout Taiwan 091

Phenomena of the year 123

Documentaries: the new vogue in Taiwan's film industry 124

- Abstention of Taiwan's documentary films from politics-inspiration from theBiennial Taiwan International Documentary Festival 128
- Notes on Viva Tonal-1933 or 2004 131
- My numerous first times-notes on Viva Tonal 135
- Discussion on the blockbuster ticket sales of Burning Dreams and Viva Tonal 139
- The porter, Liu Bi-jia-Hu Tai-li talks about Stone Dream 146
- Taiwan's treasure-Let It Be 158

- Building a bridge-notes on Chronicle of the Sea along Nanfanao 161
- Jump! Boys 164

Major trend in integrating movies and television 166

- New era for documentary films-investment in and shooting of films by the Public Television Service 170
- The legendary Panda Monium 173
- New directions for motion pictures-broadband Internet and digital images 180

Taiwan films' awakening to call of commercialization 185

- From the experience of India's Bollywood, a look at the development of and difficulties faced by Taiwan's commercial films 190
- Based on three films, a discussion on the rise of and predicaments faced by young artists 194
- Interview with Alex Yang-a mid-generation director striving to earn a living 198
- Based on Two Birds with One Stone, a discussion on Taiwan's motion picturedevelopment in China 207
- Export or abyss? Transnational production-predicaments and opportunities for Taiwan's movie industry 215
- Position paper on reforms to and effectiveness of the Domestic Film Fund 223

Movies of the year 231

Development of Taiwan's movie industry in 2004 232

- Contents of Taiwan's film productions 235
- Characteristics of Taiwan's film productions: joint venture with distinct genres-the diversity of the Chinese-language movies showcased at the 2004 Taipei Golden Horse Film Festival 250
- Overview of movie market in 2004 252
- Wang Siao-di's Bear Hug 267
- Chou Mei-ling's Splendid Float 270
- Stars who passed away in 2004 274

局長序

電影是聲光與影像藝術創作的結合，發展歷史已逾一百年，由於其記錄人類生活的影像穿透力，使其具有文化創意產業龍頭的地位。世界主要國家也對其國內電影產業有程度不一的支持與輔導。

爲促進台灣電影朝產業化的方向突破發展，政府有責任協助架設電影產業根本結構，建立商業模式及經濟規模等配套策略。

94年起本人推動振興台灣影視計畫，加強各項電影興革方案，積極規劃新的策略與作法，包括改進電影事前及事後輔導機制、推動校園影像教育，培養多元的國片觀影人口、導引國外電影來臺製作及LOCATION服務，促進電影產業國際化、推展電影文化輸出、建立賦稅公平制度、整合與保障國片行銷及映演通路、建立產業發展之電影金融輔助制度，尤其值得關注的是本人向行政院謝院長長廷建言，成立跨部會之「行政院振興影視協調會報」、導引行政院開發基金以5年200億投資影視、文化及數位內容產業、辦理整合金馬、金鐘及台灣電影節之2005年台灣影視博覽會、推動「台灣電影劇本年」等活動與政策方案，希望藉此引領國內電影產業朝多元化發展，來帶動整體文化創意產業的發展。

近日以來，世界上甚多國家（例如韓、日、紐、印度、俄羅斯等）邀約台灣電影赴該國辦理影展、主題展或回顧展；許多國際知名製片或創投業來台探尋合作之機會；2005東京影展亞洲之風單元，以「台灣電影復甦」爲名，辦理台灣電影主題展，我國導演李安在本（94）年（第62屆）威尼斯影展中，更以「斷背山」一片，勇奪威尼斯影展最佳影片金獅獎，更是令人振奮。凡此現象，應可以視爲「台灣電影再次起飛」之先兆，期待熱愛電影的朋友共同來努力。

行政院新聞局局長

姚文智

Preface

Film is a creative art form that integrates sound, lighting, and visual images. With a history dating back more than a hundred years and a penetrating power derived from the visual recording of people's lives, film enjoys a leading role in the cultural creative industry and receives varying degrees of domestic support and guidance in major countries around the world.

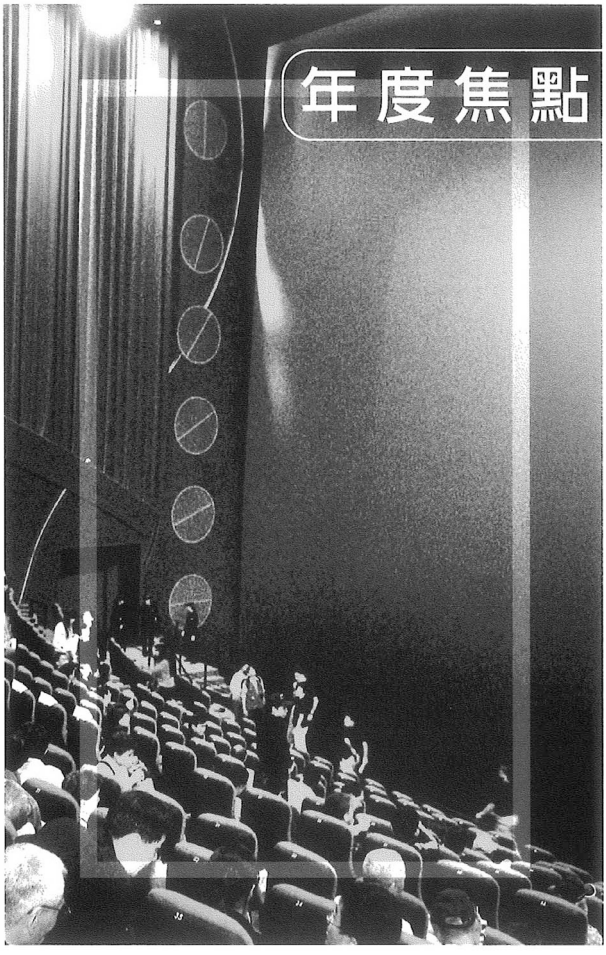
In order to create momentum for further breakthroughs in industrial enhancement of Taiwan's films, the government has committed its assistance to building a basic structure for the film industry and offering complementary strategies aimed at establishing a business model and economic scale of operation.

Starting in 2005, I have promoted a Taiwan film and television reinvigoration plan, strengthened film reform, and drawn up innovative strategies and approaches. These include developing a better mechanism for pre- and post-filming guidance, introducing visual arts education on campus, cultivating diverse audiences for domestic films, and offering production and location services to foreign film teams. Efforts are also being directed toward internationalizing Taiwan's film industry, expanding cultural export of films, setting up a fair taxation system, integrating and protecting domestic film distribution and screening channels, and establishing a funding mechanism to support development of the film industry. Particularly worthy of note is my proposal to Premier Frank Chang-ting Hsieh that has led to a series of developments, including the formation of the Film/Television Industry Development Coordination Committee. The Executive Yuan Development Fund has committed NT$20 billion (about US$620 million) over a five-year period to the film, television, cultural, and digital content industries. Furthermore, the Golden Horse Awards, Golden Bell Awards, and Taipei TV and Film Festival were incorporated into the 2005 Taiwan International Film & TV Expo. The year 2005 was also designated the Year of Taiwan Screenplays. I hope that, together, these activities and policies will guide the diverse progress of Taiwan's film industry and foster integrated development of the cultural creative industry.

Taiwan's films have been shown recently at film festivals, film festivals on special themes, or retrospective exhibitions in various countries including South Korea, Japan, New Zealand, India, and Russia. Many internationally renowned producers or venture investors have come to Taiwan seeking opportunities for cooperation. Under the title "Taiwan: Movies on the Move," Taiwan's films were the special theme of the Winds of Asia section of the 2005 Tokyo International Film Festival. Further heartening news came when Ang Lee's movie Brokeback Mountain won the Golden Lion award for Best Film at the 62nd Venice International Film Festival. All this indicates the coming "renaissance of Taiwanese film," and we invite the participation of film-lovers everywhere.

Pasuya Wen-Chih Yao

Minister
Government Information Office


年度焦點

台灣電影政策之發展及願景

電影作爲現代文化最重要的視聽媒體，具有無與倫比的藝術、商業、文化、工業與政治價值。於是振興台灣電影，「讓國人看到自己的電影，讓世界看到台灣的價值」，爲行政院新聞局電影政策的最高指導原則。爲振興我國電影產業，建構及鋪設完整之電影產業發展環境，自民國92年起，行政院已將電影政策列入「挑戰2008：國家發展重點計畫」中加強規劃辦理，近年國片之表現已見成效，有逐步回升之跡象。

民國93年及94年對台灣電影產業而言，應該是關鍵性的兩年。93年新聞局推動「電影政策與願景」十大電影改革政策，並成立「電影政策檢討暨推動委員會」，除全面檢討過去的電影輔導措施外，特別邀集我國電影相關產、官、學界人士，針對我國電影產業發展的癥結問題，逐一探討，尋求振興國片之道，並提出：國片必須產業化、必須重視市場、必須兼顧「商業規模」與「藝術文化價值」三大核心思維。

基於上述思維，該委員會並提出振興台灣電影的三大策略、十項具體政策：

一、啓動積極輔導機制：
1. 擴大「影片」定義，納入DV等新形式；
2. 改進電影輔導機制；
3. 推動影像教育，培養國片觀影人口；
4. 促進電影產業國際化；

二、營造健全產業環境：
5. 建立賦稅公平制度；
6. 建立電影金融輔助制度；
7. 拓展國片行銷通路；
8. 推動電影育成中心及行銷中心；

三、整合影音產業平台：
9. 推動影視匯流合一；

10. 建置國家影音產業資訊平台。

94年3月，姚文智就任新聞局局長，有感於台灣本土電影文化的重要，除賡續推動重要電影輔導政策外，更提出「台灣電影拼百部」之目標，積極規劃新的策略與作法，以提升我國電影的產值，引爆國片量產動能，具體政策如下：

一、成立「行政院振興影視協調會報」；
二、建構本局「影視產業製作及行銷平台」CEO團隊；
三、建立電影金融輔導制度，強化電影集資能力，提高企業投資電影之意願；
四、辦理「國片劇本年」活動；
五、補助民間（NGO、財團法人、學校）成立聚落式影音產銷平台；
六、推展影音產品文化輸出，於國外辦理台灣電影主題展及商務拓展會；
七、增設國片及藝術電影映演通路；
八、辦理「電影育成暨行銷中心」，提供國片諮詢服務；
九、強化電影輔導措施功能；
十、協助國片爭取映演場所及檔期，並協調各戲院參與「國片院線」，以拓展國片行銷通路；
十一、輔導電影產業數位升級；
十二、引進國際團隊來台製作及LOCATION服務計畫；
十三、推動影視匯流合一機制；
十四、籌設「國家電影文化中心」；
十五、推廣電影文化教育。

台灣電影即使在最困難的時期，仍然展露出螢火之光，我們相信：只要有光，就有希望。因此新聞局決心推動積極有效的電影政策、建構優質公平的產業環境，讓台灣電影走出幽谷，成爲有力的產業，達到「台灣電影拼百部」的目標。

Developments of and vision for Taiwan's motion picture policies

As the most important audio-visual medium in modern culture, motion pictures have incomparable artistic, commercial, cultural, and political worth, as well as value for related industries. Therefore, the paramount guiding principle for the motion picture policy of the Government Information Office (GIO) is to revitalize the local movie industry so that Taiwan's people can enjoy their own movies and the world can comprehend the values of Taiwan.

To achieve this goal and foster a healthy environment for motion picture development, in 2003 the Executive Yuan incorporated a motion picture policy into the Challenge 2008 National Development Plan and began to step up related regulatory and planning endeavors. In recent years, the performance of domestically produced films has borne fruit, thereby showing signs of the industry's revival.

The years 2004 and 2005 were crucial for Taiwan's motion picture industry. In 2004, the GIO promoted ten major reforms in its "Motion Picture Policies and Prospects." The GIO also set up a "Film Policy Review and Promotion Committee" to comprehensively examine past motion picture guidance and assistance measures. In particular, it invited members from the movie industry, academia and relevant government agencies to pinpoint problems that hindered the development and revival of Taiwan's film industry. The committee put forward three core ideas, i.e., to consolidate the local film industry, to become more market oriented, and to give equal consideration to commercial success and artistic values.

Based on these ideas, the committee advanced three major strategies and ten specific policies to revitalize Taiwan's film industry as follows:

I. Activate the mechanism for active guidance and assistance

A. Expand the definition of film to include digital video and other similar forms

B. Improve the guidance and assistance mechanism for domestic films

C. Promote visual media-related education and increase the number of moviegoers
D. Internationalize Taiwan's film industry

II. Create a sound environment for the industry
A. Establish a fair taxation system
B. Set up a film funding system
C. Expand marketing channels for local films
D. Promote an incubation and marketing center for Taiwan's films

III. Establish a platform to integrate audio and visual media industries
A. Promote the integration of the movie and television industries
B. Set up a national information platform for audio and visual media

In March 2005, Pasuya Wen-chih Yao assumed the position of GIO minister. Realizing the importance of local film culture, Minister Yao has striven to promote major filam guidance and assistance policies. In addition, he has set a goal for the production of 100 domestically produced films, and actively mapped out new strategies and measures to raise the production value of Taiwan's motion pictures. His efforts have added momentum to the mass production of local films. Concrete steps include:

1. instituting a Film/TV Industry Development Coordinating Committee at the Executive Yuan level;
2. establishing a GIO film/television production and marketing platform comprised of CEOs;
3. forming a funding guidance and assistance system for motion picture industry, improving its capital-raising capabilities, and encouraging enterprises to invest in motion pictures;
4. planning a Taiwan films scriptwriting year;
5. earmarking funds for the private sector (NGOs, juridical bodies, and academic institutions) to set up production and marketing platform clusters for films and audio products;
6. developing cultural exports in the form of film and audio products, and organizing theme exhibitions and business promotions abroad for Taiwan's films;
7. increasing the channels for screening local and artistic films;

8. establishing a motion picture incubation and marketing center to provide consultative services for local film industry;
9. strengthening the functions of film guidance and assistance measures;
10. helping to increase the number of theaters featuring local films and the screening time of such films, and persuading theaters to join the chains that screen local films so as to expand local film distribution channels;
11. assisting in the motion picture industry's upgrading and digitization;
12. encouraging international teams to produce films in Taiwan and recommending notable locations for filming;
13. pushing for a motion picture and television integration mechanism;
14. building a national motion picture cultural center; and
15. promoting motion picture cultural education.

Hope has been generated by the fact that, even during its darkest period, the local film industry has continued to spark with life, and we believe hope exists wherever light can be found. Therefore, the GIO has decided to promote more effective motion picture policies and establish a more sound and equitable environment to help the local film industry recover, grow in strength, and achieve the goal of producing 100 films.

新聞局電影處

現階段台灣電影輔導政策之措施及展望

為振興我國電影產業，建構及鋪設完整之電影產業發展環境，自民國92年起，行政院將電影政策列入「挑戰2008：國家發展重點計畫」中加強推動，例如辦理電影製作輔導金（含旗艦型電影）、電影製作完成之補助、數位轉光學底片之補助、國片行銷映演補助及國片院線、輔導電影產業數位升級之補助、電影產業人才培訓計畫輔導、電影獎學金、「電影拍攝景點及製片服務計畫」等，電影的製片量及市場亦已逐步回升，以93年與92年比較，製片量成長70%；市場成長4.7倍。

過去新聞局透過輔導金補助，讓國片即使在最困難的時期，仍然能持續創作，甚至在國際影壇發出閃亮的光芒。「電影投資抵減」的通過以及「國片人口倍增計畫」的推動，也使兩年來國片片量與觀眾人數逐漸增加。93年的《跳舞時代》與《生命》的優異表現，也為紀錄片打開一條院線上映的新路。種種跡象顯示，國片的創作力充沛，潛力無窮，國片必將再起。

民國93年及94年對台灣電影產業而言，應該是關鍵性的兩年。93年新聞局推動「電影政策與願景」十大電影改革政策，成立「電影政策檢討暨推動委員會」，除全面檢討過去的電影輔導措施外，特別邀請行政院顧問劉進興教授、世新大學李泳泉教授、中央大學林文淇教授、政治大學莊國榮教授、吳米森導演、資深電影製片人葉如芬女士、公視資深製片人馮賢賢女士、影評人游惠貞女士、惠聚多媒體張惠美董事長等專家，與電影處周蓓姬處長及同仁，針對我國電影產業發展的癥結問題，逐一探討，尋求振興國片之道，以「讓國人看到自己的電影，讓世界看到台灣的價值」為目標，確立「國片必須產業化」、「必須重視市場」及「必須兼顧商業規模與藝術文化價值」三大核心思維，並整合各部會力量，從體制面、環境面、整合面出發，積極推出「啓動積極輔導機制」、「營造健全產業環境」及「整合影音產業平台」等振興台灣電影的三大策略及十大政策方案。

一、三大策略

（一）啓動積極輔導機制。

（二）營造健全產業環境。

（三）整合影音產業平台。

二、十大政策方案

（一）擴大「影片」定義，納入DV等新形式。

（二）改進電影輔導機制。

（三）推動影像教育，培養國片觀影人口。

（四）促進電影產業國際化。

（五）建立賦稅公平制度。

（六）建立電影金融輔助制度。

（七）拓展國片行銷通路。

（八）推動電影育成中心及行銷中心。

（九）推動影視匯流合一。

（十）建置國家影音產業資訊平台。

94年3月姚文智局長上任後，有感於台灣本土電影文化的重要，除賡續推動重要電影輔導政策外，更提出「台灣電影拼百部」之目標，積極規劃新的策略與作法，以提升我國電影的產值，引爆國片量產動能， 其具體政策如下：

一、成立「行政院振興影視協調會報」：

學習法國及韓國成立「法國電影中心」及「韓國電影振興委員會」之作法，成立「行政院振興影視協調會報」，該會報已獲行政院謝院長同意親自擔任召集人，其他成員包括經濟部、教育部、財政部、文建會，主計處、行政院開發基金及新聞局等單位，以研議振興電影具體政策、審議振興電影具體執行方案、評議相關部會負責執行計畫之實施成效爲具體運作方向，並提出改進意見，以促成重大電影發展政策。

二、建構本局「影視產業製作及行銷平台」CEO團隊：

邀請創意、影視製作、行銷、經營管理、影片集資（投、融資）、創意產業法務等專家等，成立堅實的整體產業顧問團隊（影視產業CEO團隊），負責PICK-UP（蒐集、篩選、塑捏電影創意或媒合人才）值得企業投資的電影製作企畫，向政府或民間（包括相關部會或國營事業、行政院開發基金、創投公司、企業、法人團體、信保及融資）PITCHING電影企畫，尋

求資金參予投資或融資（PROJECT FINANCING）。

三、建立電影金融輔導制度，強化電影集資能力，提高企業投資電影之意願：

（一）配合行政院開發基金5年200億資金投入「創意內容產業」及「數位內容產業」之政策，導引開發基金投資電影產業，以及與電影相關之創投事業。

（二）建置我國優良之電影資金環境，協助業者解決電影集資問題，導引民間投資，強化我國電影之資金能力，並推動投資國產電影片得減免賦稅政策，結合經濟部，協助文化創意產業（包括電影產業）取得融資管道，建構文化創意產業整體鑑價融資制度運作架構，包括信用保證基金、融資、人才資料庫、鑑價機構等環境之建置等。

（三）計劃邀集民間企業、電影業者與行政院開發基金等共同出資，成立「電影創投基金」，並協調銀行業成立「電影融資種子銀行」事宜。

（四）辦理國產電影片投資抵減申請與審議，以獎勵民間資金挹注電影片製作業。

（五）辦理電影籌資活動，協助台灣電影建立資金與創意之媒合平台。

四、辦理「國片劇本年」活動：

廣邀名家參與電影編劇、改編原著或對外廣徵電影創意、研發劇本，以鼓勵藝術、人文等領域之創作人才，加入電影劇本之創作，提升我國電影劇本之創作水準。

五、補助民間（NGO、財團法人、學校）成立聚落式影音產銷平台：

鼓勵民間如國家非營利事業組織（NGO）、財團法人、學校機關等成立聚落式影音產銷平台，互通有無，以培養多樣化類型之電影創作、行銷人才，並補助成熟之電影企畫案，以協助其電影拍攝與製作。

六、推展影音產品文化輸出，於國外辦理台灣電影主題展及商務拓展會：

輔導電影業者至世界各國辦理相關電影產業跨國合作事宜，除引進資金外，並可招攬國際專業電影人才來台技術交流，提升我國電影專業技術。補助民間團體至世界各國辦理台灣電影回顧展，以推廣台灣電影文化，並藉以吸引各國電影公司來台拍攝電影，蓬勃我國觀光及電影產業。

七、增設國片及藝術電影映演通路：

補助於國內主要城市成立專門放映實驗性電影、短片、紀錄片及台灣主體性藝術電影之「藝術電影院線」，供獨立製作之藝術電影有專門映演管道，讓電影創作者能將作品展現於國人面前，並培養國人欣賞有別於一般商業電影之影片，品味多樣化藝術之美。

八、辦理「電影育成暨行銷中心」，提供國片諮詢服務：

設立「電影育成暨行銷中心」，建構電影產業人才、資源及資訊交流之服務平臺。透過「電影育成暨行銷中心」之諮詢服務功能，協助電影產業健全發展，建構電影產業人才鏈之培養機制與電影資源及資訊交流之服務平台，定期召開會議，邀集電影製作、影片發行及通路等專業人士擔任諮詢顧問，爲影片提供資金、人才、市場、法務、經營管理及影片行銷策略等諮詢服務。

九、強化電影輔導措施功能：

以人才階梯養成與質量兼顧之方向與角度，規劃電影相關輔導措施，包括電影長片輔導金、電影短片輔導金、金穗獎、優良劇本徵選、製作完成補助、數位轉光學補助、行銷及映演補助與參加國際影展補助等輔導機制。

十、協助國片爭取映演場所及檔期，並協調各戲院參與「國片院線」，以拓展國片行銷通路：

（一）整合國片發行映演通路，徵選電影片映演業者辦理「國片院線」，以協助解決及保障國片之放映通路及檔期問題。

（二）辦理國民戲院。

（三）輔導優良國產電影片參加國際電影展暨國際影片市場展。

（四）推動「國片人口倍增」計畫、推廣「多元分眾」的觀影素質。

十一、輔導電影產業數位升級：

鼓勵我國電影事業購置電影前製、後製及映演等數位化設備器材及提升數位技術平台，奠定我國電影工業發展基礎，使我國電影片之製作，具備國際競爭能力，甚至引進國外案件來台製作。

十二、引進國際團隊來台製作及LOCATION服務計畫：

導引各國電影片來臺拍攝及進行後製作，增加我國電影產業與他國電影產業進行資金、技術與人才合作之機會，本局擬訂「促進電影產業國際

化獎勵及補助要點」，除期以1億元獎助金，獎勵獲國際大獎者持續創作，並同時鼓勵國外電影來台拍攝與製作。

十三、推動影視匯流合一機制：

短期目標，修改本國自製電視節目比例之認定標準，以增加本國電影在電視台的播映空間。長期目標，本局擬與經濟部工業局合作，期將各類數位內容產品建立一整合平台，以利交易及流通。

十四、籌設「國家電影文化中心」：

由於我國珍貴的電影影像文化資產，均典藏於財團法人國家電影資料館，而該館迄今尚無獨立之展示與映演空間，以致無法讓民眾充分認識及瞭解本土電影文化的發展歷史。因此，本局計畫籌建具有國家電影院、國家電影圖書館、國家電影資料館、國家電影博物館以及國家電影研究機構等多功能的國家電影文化中心，並邀集專家學者等組成推動小組，擬定企劃書，俾爭取公共建設經費進行興建，未來尚須持續整合中央與地方力量，達成維護國家重要電影資產之重大使命。

十五、推廣電影文化教育。

協調政府相關部會將電影藝術納入文化與教育推廣範疇，如與教育部合作將電影教育納入學生「文化護照」之範疇；協調國防部將電影藝術賞析課程，納入軍中教育等。

尤其值得關注的是姚局長向行政院謝院長長廷建言，成立跨部會之「行政院振興影視協調會報」，由謝院長擔任召集人，成員包括行政院吳副院長榮義、行政院卓秘書長榮泰、行政院新聞局姚局長文智、財政部林部長全、教育部杜部長正勝、經濟部何部長美玥、交通部林部長陵三、行政院主計處許主計長璋瑤、行政院經濟建設委員會胡主任委員勝正、行政院研究發展考核委員會葉主任委員俊榮、行政院文化建設委員會陳主任委員其南、行政院金融監督管理委員會龔主任委員照勝、行政院科技顧問組林副召集人逢慶、行政院開發基金賴執行秘書清祺、中環股份有限公司翁董事長明顯、明基電通股份有限公司李董事長焜耀、侯導演孝賢、財團法人公共電視文化事業基金會陳董事長春山、東風衛星電視台葛董事長福鴻、翁教授秀琪、吳導演念眞等人，並於94年8月22日召開成立後第一次會議，由行政院整合政府各部會資源，全力推動影視產業，以帶動整體創意產業的發展。其重要宣示如下：

一、提供總額1億元給予獲得國際四大影展重要獎項（包括威尼斯影展、坎城影展、柏林影展、奧斯卡影展）之國片製片業及導演，各給予新台幣1千萬元之獎勵，該製片業及導演於2年內若有拍片計畫，將可各獲得新台幣4千萬元之補助金，亦即總金額可達新台幣1億元之獎助金乙案。

二、將台北影視節規劃爲金馬獎、金鐘獎與原台北電視節的三合一影視博覽會活動：

鑒於影視匯流已爲現代時勢所趨，且世界各主要影視活動，如坎城、釜山、新加坡、香港、上海等皆有企圖心整合影視產業，惟新聞局主辦之金馬獎、金鐘獎與台北電視節過去均個別辦理，以致人員、資源未能有效整合，是以本（94）年11月中旬擬試行整合此三項影視活動，期匯集成爲一系列帶狀之「台灣影視博覽會」，除匯集、整合國內外影視媒體產業資源，亦可產生加乘效益，爲台灣影視產業帶來新視野與新商機。

三、以補貼外國團隊來台拍片，啓用台灣導演、技術人員或在台灣消費金額等事項，最高給予百分之20，最低給予百分之5之退傭方式，導引外國電影團隊前來拍片，以提升本國電影產業之規劃，遇特殊個案如對電影產業有重大貢獻，或獎助金額過於龐大新聞局預算無法支應時，再向行政院申請動用第二預備金支應。

四、行政院開發基金將分5年，以200億元投入影視創意產業之規劃，並應作最迅速、效率與周延妥適之規劃，讓最好的創意投資企畫案能獲得政府基金的挹注而順利進行。

電影政策之推動，新聞局負責政策方向與政策釐定的工程，但實際執行仍需全體產業和全體國民共同努力，方能克竟全功。

電影產業乃千秋大業，電影政策也絕非立竿見影，其中過程必然產生利弊，只要過程公開、決策公正，博採眾諮、隨時改正，必能探索出最積極有效的解決方案。

爲力促台灣電影產業化發展，我們認爲不能僅靠政府輔導，必須協助架設電影產業根本結構，建立商業模式及經濟規模。因此，更應積極擘劃具完整性、系統性的產業輔助措施。諸如建立專業的電影融資銀行、協助募集電影創投資金、協商中小信保基金參與保證、協助電影企畫融資鑑價、協助民間成立電影育成中心及行銷中心等，具體引發「質量兼顧、量能齊發」的產業動能。國片即使在最困難的時期，仍然展露出瑩瑩之光，我們相信：只要有光，就有希望。因此新聞局決心推動積極有效的電影政

策、建構優質公平的產業環境，讓國片走出幽谷，成爲有力的產業，美麗的文化。

我們深信：台灣電影必將奮起！

附表一　推動期程一覽表

電影政策與願景	94年1-6月	94年7-12月	95年1-6月	95年7-12月	96年1-6月	96年7-12月
1. 擴大「影片」定義，納入DV等新形式						
2. 改進電影輔導機制						
3. 推動影像教育、培養國片觀影人口						
4. 促進電影產業國際化						
5. 建立賦稅公平制度						
6. 建立電影金融輔助制度						
7. 拓展國片行銷通路						
8. 推動電影育成中心及行銷中心						
9. 推動影視匯流合一						
10. 建置國家影音產業資訊平台						

附表二　政策執行一覽表

電影政策與願景	推動經費		推動單位		法源依據			
	編列預算	行政協調	行政院新聞局	跨部會協調	立法	修法	增訂辦法	修訂辦法
1. 擴大「影片」定義，納入DV等新形式		√	√					√
2. 改進電影輔導機制	√		√					√
3. 推動影像教育、培養國片觀影人口	√			√			√	
4. 促進電影產業國際化	√		√	√			√	√
5. 建立賦稅公平制度		√		√				√
6. 建立電影金融輔助制度		√		√			√	
7. 拓展國片行銷通路	√		√					√
8. 推動電影育成中心及行銷中心	√			√			√	
9. 推動影視匯流合一	√	√		√	√	√	√	√
10. 建置國家影音產業資訊平台	√	√		√				

曾連榮

談我國的電影政策與願景

行政院新聞局於去年公佈「電影政策與願景」手冊，內文標舉有三大目標及十項電影策略，闡明政府振興國片的想法和作法，並逐項檢討其癥結問題之所在，採取怎樣的措施解決之。從成立「電影政策檢討及推動委員會」，即務實興革，如擴大「影片」的定義；調整劇本獎金分段給付的方式。也有勇敢剷除了幾十年來沉悶的「美商」與「華商」稅賦不平等問題，並給予半年的溫暖緩衝期，法理情兼顧！另以建置「影音產業資訊整合平台」爲起點，整合分散在民間和各機關的影音資源資訊，以配合行政院架構「文化創意資源中心」。並視整合的成效情形，或再進一步規劃成立「國家影音事業發展中心」。此外，明確規範以一億元獎金獎勵獲四大影展的首獎者。也有眞誠幫助弱小製片行銷，像美式的「窗口戰略」，開創了「行銷中心」的新機制。另以「育成中心」爲發展的基地，試圖建構電影金融、履約信保等願景的提示，尤其結語的陳述，最是精彩而令人躍動。如將成立「電影創投基金」、「影視專業創投公司」、以及「電影融資種子銀行」等等，雖非一蹴即成，亦明訂其推動的時程和工作方針，期望於民國九十六年十二月完成工作，以配合行政院「挑戰二００八：國家發展重點計畫」，達成振興台灣電影產業的工作。惟手冊中，獨漏對「金馬獎」的力挺與援助，乃美中之不足。

本文的重點，在於比較歐美日韓港等電影策略發展的經驗理則，試論手冊中的十項策略，鼓舞落實。期盼這十項電影建設工程，不致因首長異動，而束之高閣。

壹、電影的定位與發展

電影的發展，與其定位息息相關。我們的國家在法律上，把電影事業定義爲文化事業，這和歐洲各國的想法比較接近。如法國人把電影跟其他藝術的位階，等同齊觀，故有「第七藝術」之稱（L. Canudo）。法國電影的藝術性追求，和探索性的發展，大大地影響世界。英國電影也是，根據考克（Cooke〔1999〕）的研究，英國在電影黎明之期，也是先從上流社會的藝術活動開始，後來才由中產階級，擴展至勞動階級而大眾化。歐陸各國（或說歐盟）都持「電影爲文化藝術財」的定位傳統。至於好萊塢電

影，一開始就具有以移民爲對象的劇場娛樂性格，直到二〇年代以後，才逐漸發展成「商業規模」的經濟性「娛樂產業」。直言之，歐、美各自照著自己的電影定位發展，爭取世界影壇的板塊市場。

貳、「娛樂財」和「文化財」在古戰場和現代貿易戰場的GATT和WTO發展開來的「智慧財產權」概念

先說「古戰場」的故事，把電影視同「文化財」的歐陸電影事業，在第一次歐戰和第二次世界大戰時受害最大：電影被趕入「古戰場」裡，扮演宣傳的工具角色，在生死邊緣求生存。據麥特拉（Mattelart〔2000〕）的研究說，德國於1917年成立UFA（Universum Film Aktiengesellschafts）由政府、銀行、軍部主導撥款給電影，叫德國電影扮演「宣傳」（Propaganda）的角色任務。德國是首開政府干涉媒體，用錢介入電影的先例。

大戰過後，在一片廢墟和蕭條中，要求公權力幫忙介入電影，以保護國產片、文化財之生息，自屬當然之事。法國政府最先想到的，就是用「配額制」（Importation Quota），擋住外國片入侵市場的佔有率，台灣亦曾實施過這樣的制度：如1981年之前禁止日本片進口；1985年因對美商八大實施進口「配額」及加收國片輔導金，而遭到美商八大的聯手抵制，拒絕進口美國影片；台灣的映演業者，亦因無美國影片可演，也向政府抗議。法國設限的主要對象爲美國好萊塢片，英國跟美國之間的麻吉（match）程度，非比美法。但英國也唯恐本土文化財流失的危機，乃於1927年學法國的「配額制」，稱爲「Screen Quota」，先只設限5%，後來至1936年提高爲20%。台灣則於2002年加入WTO時，全面停止對美國的「配額制」。

法國至今仍搞「配額制」，把緣起於「古戰場」時代爲保護其「文化財」而設的「配額制」之爭，延燒到現代貿易戰場的GATT和WTO。法國堅持包括電影電視爲文化的事項，應屬「貿易例外」（Cultural Exception）的條項。儘管此一堅持「文化」不同於一般物流貿易，亦說之成理，但終無法載明在「自由貿易協定」的條文之上。此外，由於美國接著在烏拉圭「世貿」時，提出了維護「智慧財產權」的新概念，而建構了新的國際文化貿易行爲的典範——TRIP（Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights）。

一般來說，「智慧財產權」的概念，是爲今日「文化創意產業」興盛的根源，並不爲過。也因爲能在法律上落實「智慧財產權」，電影政策與願景手冊裡的：「電影企畫融資鑑價」制度、「中小信保基金參予保證」的制度，才能相繼建立；也因有專業而公正的企畫案鑑價，和信用保證此企畫案的電影版權已販售特定國家地區，故篤定會回收償還金錢。否則，由

創投公司願意保證的賠償如數照還，如此「專業銀行」才會放心把錢放出去給製片人拍電影。

鑑價的單位和保證的單位都要向製片人收取合理的費用，銀行也賺到利息。大家依法、依專業辦事、賺錢，皆大歡喜。願意保證的單位權力很大，如果製片或導演違約，未照原計畫履約出片，保證單位有權下令撤換製片或導演。但是另一方面，因保證單位又和製片人是利益共生共榮，所以保證單位派駐現場監督的人選，一定得內行而圓融，懂得和製片人保持若即若離，監督順利完工即可。

參、關於各國的融資制度

法國

由「國家電影中心」——CNC（Centre National de le Cinematographie）規劃執行約四億五千萬歐元（1年）的經費，以專款專用的特別會計制度（Comptes L'affectation speciale），對影視兩大系統之上中下游，給予支援和補助。CNC約90%的經費都用於補助金，受惠的影片、節目、錄影帶碟等，均表現在票房、帶碟租售的市場稅收上。此就政府言，從左邊口袋交給CNC花出去的補助金，其右邊的口袋又裝進來豐盛的稅收；另方面以獎勵抵減的方式，誘導電視業者買電影版權，戲院投資拍片，這種利用稅賦減免的收放遊戲，其實就是活化了相關產業所得之重新分配與應用、利益均霑的制度。不過，美國對於給有錢人（投資人）免稅的制度，頗持反對態度，認爲是典型的逆進課稅制，可能破壞「稅賦公平原則」——美國認爲振興某項產業事小，要確保社會公平事大。

CNC並透過「法國海外公司（Unifrance）」與世界各國進行國際製片與發行，此外有政府認可的專業銀行「影視產業金融公司」——SOFICA(Societes de Financement de L'Industrie Cinematographique et Audiovisuell)對好的商業性企畫案給予融資。SOFICA並給投資者、演職員們處理所得稅抵減／節稅等服務，故電影人的私人財務資訊，全在SOFICA的檔案裡，誰都休想逃稅。因此，SOFICA在稅務機關的心目中，信譽超高。

此外，另有政府出資49%，民間銀行團出資51%的「信用保證履約公司」——IFCIC（Institut pour le Fainancement du Cinema et des Industries Culturelles）的獨立法人機構。IFCIC對影視內容企畫個案，進行鑑價及信用保證，其信保金額最高可達總鑑價額的50%，IFCIC的收費爲信保金額的0.8%。

法國的融貸、信保、專業銀行、以及補助金制度，似乎和我們手冊裡

的願景多所接近，應可參考。

英國

英國的電影政策，基本上也是「文化財」取向。好萊塢電影因著重「娛樂性」，美國政府對其電影視爲搞產業做生意，態度是開放的，任影視產業自由發展。對照於法國的保守、全得由政府掌控介入主導的策略，大異其趣。英國的策略可謂：居於美、法之間——中庸。因之，英國每年在美國約可招到4億英鎊的電影生意，包括版權買賣、找好萊塢公司到英國來租棚拍片、出外景、做特效等。

在英國拍片若想獲得優惠減免的話，需遵守下列四項規定：

1. 在英國或EU設有製片公司者；
2. 製片費的70 %需在英國境內消費；
3. 製片總勞務費的70 %需支付給英國籍、或EU籍身份者；
4. 穿插沿用舊片的片段長度，不可超過出原片拷貝的10 %長度。

英國的優惠抵減稅賦制度始於1984年。主要內容約有兩項：

1. Section 48 Relief 或Film sale & leaseback：凡投資1500萬英鎊以下的製片投資者，其投資總額的100%均可在所得稅當中扣除。同樣，投資到Film sale & leaseback的投資者亦比照適用之。
2. Section 42 Relief：只適用於投資到製片費1500萬英鎊以上的作品之投資者。投資者可在三年內，從其所得稅當中每年抵減其投資總額的三分之一。

此外，英國的電影事業委員會FC（Film Council）統籌支配政府撥來的預算，和「樂透彩」盈收款的錢。FC以振興並開拓英國的電影事業爲目的：FC釐定的決策，發交給各個事權組織去執行。約有：

1. 教育及訓練國民電影素養的工作，由BFI（British Film Institute）負責推動，一年約1600萬磅，由FC撥款。
2. BFC（British Film Commission）爲掌控年產約4億英鎊的電影專業單位，負責國內製片、國際招商（主要以好萊塢爲對象）來英拍片，並規劃國片發行，行銷、宣傳、與地方政府、民間串連結盟，從事投資、製片、行銷等專業工作，FC每年撥給BFC的經費爲100萬英鎊。
3. 「製片行銷聯盟」FPF（Film Production Franchises）：每年由FC撥給FPF 1500萬英鎊，因FPF統合了三個組織，而這三個組織又分別

管轄下面4個基金會所辦理專業的活動。四個基金會如下：

A. The Film Development Fund「電影開發基金會」：專事開發高品質、有創新和商業魅力的劇本（Script Development）工作，FC每年撥給該基金會500萬英鎊。

B. The Premiere Production Fund「新秀製片基金會」：幫助有商業魅力價值的新人企畫案攝製電影，每部片的上限補助金爲100萬英鎊。申請人要有自籌100萬～800萬英鎊資金者。該基金會每年約幫助10～12個案子，FC每年撥1000萬英鎊的經費給基金會去運作。

C. New Cinema Fund「新電影技術開發基金會」：開發新的電影技術、發掘新人才，以及導引研發成果之電影應用，FC每年撥給他500萬磅經費。

D. The Film Training Fund「高級電影人才研習基金會」：FC每年撥給該基金會100萬英鎊，從事高級電影人才（經營電影的領導、製片、國際市場調查研究者、國際行銷）研習營、推動短期研究計畫等。此一基金會之活動內容，與SKILLSET—— 由政府與BBC、Ch.3、Ch.4、ITVA、Discovery等合資辦的影視人才訓練相輔相成。

韓國

韓國的影視內容產業，已成功崛起！其成功秘訣，在於劍及履及，政策強勢，跟法國一樣實施「配額制」，規定全國戲院裡的每一塊銀幕都得映演146天韓國片，戲院老闆爲了避免開天窗，就得投資拍國片。拍國片的製片量急速增加，難免趕工趕時，會有良莠不齊的反效果出現。一般預測，韓片若能保持年產量40部左右，品質的穩定度較高，但現在已年產近百部。

不過，強勢的公權力介入，說做就做、立竿見影。比方韓國爲發展網路數位產業，便立即制訂「網路數位內容產業振興法」，法律一通過，預算8546億韓元隨之到位。文化觀光部朴偉振司長在「中日韓三國文化內容產業研討會」專題報告說：「韓國的網路和電玩產值佔世界第一位、手機遊戲佔世界第三位，世界的電玩市場規模爲3兆9387億韓元，去年我們出口了1億8150萬美元，比前年成長30%。」他接著說：「我們拍一部《實尾島風雲》電影，在韓國首輪就突破1千萬觀眾人次，連其他的邊際效應收入，和加值收益計算起來，等於我們賣出3620輛中型房車的總和。所以，還是拍電影划算！」

韓流吹遍亞洲，特別是電視劇，風靡華語地區、日本和亞洲12國。《秋日童話》起初一年的海外版權才37萬美元，到了《冬季戀歌》一年192萬美元，《人魚公主》一年183萬美元，還在持續的賣，有欲罷不能之勢，最新的金雞母是《大長今》。裴勇俊的戲，經日本NHK衛星電視播出，而引發了《秋季幻想曲》症候群，DVD、小說、唱片等共有500億韓元的附帶收益！朴偉振呼籲中日韓三國要共同防犯智慧財產被盜問題。他總結的說：「文化產業的重心在藝術的基礎深厚與否，非文化的大眾化而已！」

日本

日本自第二次世界大戰戰敗，成爲民主法治國家後，其電影政策比較接近美國——放任民間去自由發展，只要不違法，政府多不干預。民間投資拍片搞公司，有「民法」的任意組合規定；只出資而不出名的，像「散股」的權益保障，有「商法」的「匿名組合規定」；中小企業等投資事業有限責任組合契約等等，以及「資產流動化」（如股票債券信用卡）、「商品投資」事業等，跟製作電影、內容產業活動的權益保障，均有這些法律爲依歸。

最引人注目的是2003年頒佈的「特許權證券化」，即是「智慧的發明」可以上市成爲財產、公開交易。這一條法律，帶給許多有「頭腦」（創作發明）但沒錢開發心願的年輕人，帶來鼓舞和希望！

其次是FCC的活動，即「智慧財產權投資協議會」（Frame-Changers' Council of Intellectual Property），由專修大學的教授櫻井通晴領軍，目的在研究智慧財產權的相關事業之建制。FCC的研究、宣導、遊說法制等活動，所帶起來的社會影響，掀起了各種「想辦法募資，來拍東西了心願」的浪潮。茲舉一「網路募資」成功的案例——這是透過「日本數位內容」公司在網上募資500萬圓的案例：爲出版「偶像寫眞集」特提重要事項說明書，規定每股5萬，每人5股爲上限，何時開工，何時完成出版。從2003年12月15日至2004年1月30日之間，像公開招募未上市的股票那樣，以匿名組合方式，徵求「散股」，擔任其「散股」媒介的證券公司叫：「JET證券」，並載明其證券公司的Web網頁。這是日本第一號案例。把看不見的「智慧」，寫出來（用所謂的Metadata的共通語言）公告，透過形同「鑑價」專業單位的「日本數位內容」公司，去找到有信用保證能力的「JET證券」公司出面，在網路上用電子銀行的手段，跟所有的「散股」客戶，進行契約（如同買未上市的股票）交易，500萬圓資金很快就到位！這樣的「制度、文化」，在日本已漸蔚爲年輕的創作者募資了心願的風潮。

向「JET證券」公司買契約，也有一點像我們在台灣跟建商買預售屋似

的，憑那一紙契約，就得付錢成交，等著搬新家了！拍電影籌錢的方法，在其他行業早都應用得嚇嚇叫了，唯獨搞電影的人，比較欠缺法商素養和概念，在應用上尚未普遍。

在日本，較大型的電影投資、融資案，都由瑞穗（MIZUHO）證券，和瑞穗銀行在處理，他們是舊富士集團改組的，集團自己就有專業鑑價電影企畫案的能力，山田洋次的《男人眞命苦》系列電影中的很多集都是瑞穗承辦的。

肆、香港國際影視展

港府今年花8000萬港幣（幾乎爲台灣輔導金政策的全年資源）辦「香港國際影視展」，星光閃閃，走紅地毯，以吸引影迷和國際媒體的焦點，自不在話下。港府利用這次盛會，辦了幾項對電影的發展極關重要的事：

1. 電影市集Filmart：吸引來自世界23個國家351家公司設攤，邀大亨們看片買片簽約，提供了國際行銷的會場：台灣有22家，大陸35家，日本22家，韓國13家，法國37家，美國18家，英國11家，澳洲10家，泰國11家……，從其中約可窺知香港市場跟這些國家的關係。香港影片對後製品質的要求，高一點的就送澳洲，價錢低一點的就送泰國去作。台北影業也到現場努力招商競價，據聞成效頗佳。
2. 舉辦了兩天四場的論壇：分別討論「亞洲電影事業的融資及經費籌措問題」，「大陸與香港電影融資所遇到的挑戰和機會」、「中法合作的經驗與挑戰」以及「數位娛樂領袖論壇」。
3. 舉辦「香港亞洲投資會」HAFF（Hong Kong-Asia Film Financing），是專爲亞洲區的電影製片計畫者找合作對象，「育成」機會的平台。大會提供製片人與可能成爲合作、投資的對象，進行預約及會談場地、設備，如錄影放映機、電腦索尋等服務。今年有28個計畫案入圍，台灣某公司爲其中之一。在此會上，有法國來的投資人以優惠減免爲誘因訴求，尋找製片對象——只是法國人有「18分」的門檻，所以他們尋找的計畫案，以能有法國籍的製片或導演爲優選；另有美國「信用履約保証公司」（The Completion Bond Company）派駐在東京的人員，特地到香港找「信保」的案子，主要興趣在100萬～200萬美金額度內；另有韓國電子中小企業人士想轉型兼作小額投資，想拍韓國片以外的電影，特來香港找合作機會。足見台灣入圍的案子，尋找投資的總額4700萬港幣，看來成功的機率很大！

伍、 結語

本文著重在政策與資金募集層面，主要爲鼓舞「電影政策與願景」的落實，不因官員走馬換將而使心血白費。近有台灣媒體報導，台灣將年產100部電影，但我國人才、器材、基地設備如何因應？美國有好萊塢、香港有邵氏影城，均非朝夕的事！歐盟則聯手在西班牙的馬德里設MBS (Media Business School)，英國有SKILLSET。日本在埼玉、岐阜設立SKIP City等新的製片、訓練基地，以面對21世紀創意內容產業的世界市場競爭，他們都是紮紮實實落實願景的典範！十年前我國的「亞太媒體中心」計畫早成泡影，現在誰還與論說？

我們需要有律師、會計師、高級國際行銷人才參予製片行列，幫忙製片搞計畫、行銷、向全世界去探索新機會！

我們一定得擴大辦好「金馬獎」，特別要加強發展電影事業的活動區塊！歐洲三大影展那個不是政府給大錢在背後力挺的？前述，港府這次拿等於3億2000萬新台幣辦影展，我們政府撥給「金馬獎」2000萬，讓金馬獎執委會去地方上再挖1500萬，這樣少的錢僅夠放個燦爛的外表煙火而已。助長電影事業發展的「根」的部分，疏予開墾，委實可惜！

最後請容筆者引用自己參與此次香港國際影視展論壇時聽到某位女性主講人的話，她對有些國家政府強烈干預電影不以爲然！她說「政府宜做他該做的事，像蓋這樣大的樓，把這麼多世界電影領袖請到香港來就是！」她說香港自有電影以來，都是靠電影人自己打拼出來的，「拍電影哪能靠政府補助、給減免的？」，以陳果導演爲例，要拍自己拿錢，沒把握就別拉朋友下水嘛！她說香港跟任何國家拍電影，都沒有語言溝通障礙的問題，並對著法國CNC派來的人微笑著說：「當然我們尊重貴國18分的門檻，我們若有興趣，自然會提出能夠通過門檻的計畫案給你們呀！」

善哉！政府宜作他該作的！

我們的「國家電影資料館」長年以來仍只偏居一隅，施展不開手腳，辦一些眞正有魄力的活動，遠不及環境寸土寸金的「香港電影資料館」的規模！所以，蓋新館的事，政府應寫進「電影政策與願景」的手冊裡！

參考資料

1.「電影政策與願景」——行政院新聞局
2. 曾連榮「論卡紐德『第七藝術』之說」——中華學術院1981
3. Cook, L. [1999], BritishCinema, inNelmes, J. eds. [1999], An

Introduction to Film Studies, Routledge.
4. Matterlarts, A. 2000, European film policy & the response to Hollywood, in J. Hill & P. C. Gibson eds. [2000]
5. Hoskins. C., S. Mcfadyen & A. Finn [1997], Global Telvision & Film, Oxford University Press.
6. Jason E. Squire [1983] The Movie Business Book
7. Japan Digital Contents Co. ：「FCC: Frame-Changers' Council of Intellectual Property協議會」2004
8. FILMART:Conference, Event Schedule & Screening Programme 2005

台灣電影發行與映演

台灣電影的發行與映演

與在國際影展屢屢得到輝煌佳績相較，台灣電影過往對於電影產業中極爲重要的「行銷」環節的關注，似乎遠不如對電影創作與藝術性的重視。然而，一部電影行銷與映演卻正是其影片成本回收與營利的關鍵，亦是使電影產業得以綿延不絕的保證。於是，「電影政策與願景」的十項具體政策中，即有「拓展國片行銷通路」與「推動電影育成中心」二項與電影行銷直接相關，本年鑑亦對2004年台灣電影產業中幾個重要的行銷個案進行探討。

做爲台灣2004年最賣座的劇情片，《十七歲的天空》的成功應歸功於製片方針與行銷策略的正確，本片的製片人李耀華與編劇傅睿郝，對《十七歲的天空》自編劇階段電影基調的設定、攝製過程中工作成員的默契、對試片意見進行的調整、宣傳行銷管道以及映演戲院的選擇等方面作了翔實的介紹。

紀錄片《生命》推向戲院並進行商業發行，並獲得極大的商業利益，是紀錄片的一大異數，改變了大家對紀錄片觀賞「免付費」的概念，資深文字工作者張靚蓓對全景傳播基金會所推出《全景映像季》的行銷策略進行了詳盡剖析。

日本電影《再見了，可魯》在台灣颳起一股「可魯旋風」，亦爲發行《再見了，可魯》的前景娛樂公司創造了可觀的營收。前景娛樂負責人黃茂昌現身說法，清楚說明引進《再見了，可魯》的來龍去脈，以及作爲獨立片商的經營理念、行銷策略、企業願景及其與八大公司的不同之處。

企圖宏大的《五月之戀》從劇本革創階段即將市場範圍設定在海峽兩岸，並希望達到異業結合與整合行銷的目的，然而其票房收入卻遠遠無法達到預期的目標。長期經營西片及港片發行的甲上公司負責人陳鴻元，擔任《五月之戀》的行銷工作，除回顧《五月之戀》的發行行銷過程外，並對該片的票房失利做了誠懇的

檢討。

雖然擁有同業公會，台灣電影映演業自院線制度瓦解後，加上電影業整體的蕭條，獨立業者益發地慘澹經營。但所謂的連鎖影城業者卻牢牢穩坐江山，並引進新科技IMAX系統提供觀眾不同的視聽感受，而另一波成本更爲低廉、更爲特殊的數位影院浪潮亦即將衝擊電影映演業。

爲了讓大家更了解當前台灣電影映演業的生態，本電影年鑑將「電影映演業普查」作爲內容重點，該項工作針對台灣地區所有主要影院的基本資料、硬體設備、營運狀況等進行普查，希望藉以引起更多人對台灣電影映演業的關注。

Distribution and Screening for Taiwan's Motion Pictures

Despite the outstanding achievements at international film festivals, Taiwanese movies have focused much more attention on the artistic value and creativity of the pictures than on marketing-a very important part of the industry. However, marketing and screening are the key elements for recovery of production costs, generation of profits, and sustainable development. Therefore, two of the ten specific policies of "Motion Picture Policies and Prospects" are directly related to film marketing, i.e., expanding marketing channels for locally produced films and promoting an incubation center for films. This yearbook also takes a look at a few of the major marketing cases in Taiwan's motion picture industry in 2004.

As Taiwan's blockbuster movie in 2004, the success of *Formula 17* should be attributed to its production guidelines and marketing strategy. The movie's producer Aileen Li and playwright Rady Fu carried out detailed preparations for *Formula 17*-from determining the focus of the movie at the playwright stage, ensuring harmonious working relations among staff during shooting and production, and making adjustments in accordance with the opinions expressed at preview screenings, to choosing publicity, marketing channels, and cinemas for screening.

Unusual for a documentary, *Gift of Life* garnered enormous commercial profits when it was shown in theaters and released on DVD. This has changed the public misconception that viewing documentaries is free of charge. Senior writer Chang Jinn-pei made an in-depth analysis of the marketing strategies of the Full Shot Film Festival, organized by the Full Shot Communication Foundation.

The Japanese movie *Quill* was a major hit in Taiwan, generating sizable box office receipts for its distributor Flash Forward Entertainment (FFE). Patrick Mau Huang, head of FFE, personally detailed the process that saw the introduction of *Quill* to Taiwan, as well as his business management philosophy, marketing strategies, and entrepreneurial prospects

as an independent distributor in contrast to the eight major US film companies.

In the hope of cooperating with other industries and integrating marketing, from the very initial stage of scriptwriting the ambitious *Love of May* targeted the markets on both sides of the Taiwan Strait. However, the movie's ticket sales failed to live up to expectations. Chen Hong-yuan, head of Applause Entertainment Ltd. and long-term distributor of Western and Hong Kong films, was responsible for marketing *Love of May*. In addition to looking back at the distribution and marketing process, he also examined the poor performance of the movie at the box office.

Despite the existence of business associations, since the breakup of the cinema chain screening system and recession in Taiwan's motion picture industry, local operators have struggled to survive. However, major cinema chains have consolidated their market share, and introduced the new IMAX system to provide audiences with a singular audio-visual experience. The emergence of another wave of digital cinemas with even lower costs and special effects could further impact the movie screening business.

In order to gain a better understanding of the current state of Taiwan's screening business, one of the focuses of this cinema yearbook is a survey of the movie screening business. Items include basic data, and information outlining facilities and business operations of major theaters in Taiwan. It is hoped that this will lead more people to pay attention to Taiwan's motion picture screening business.

李耀華

《十七歲的天空》的製片策略

壹、前言

獨立製片在台灣行之有年，除早期台影、台製與現在仍在製作線上之中影製作發行之影片外，其餘問世的國片，均屬獨立製片之範疇。因此在無大片廠制度之分工下，獨立製片的工作內容從影片設定、拍攝、發行到後續權利處理等垂直面向的工作，無一不包，因此可想見內容極其龐雜。若再進一步考慮每一垂直點上之水平切面工作，其涵蓋內容之廣、執行操作之細密，就不難想見獨立製片在享有完全獨立創作空間之同時，亦需同時獨立承擔作品成果好壞之壓力。

這是一個如人飲水、冷暖自知的工作，經歷一次即可體會箇中奧妙，而弔詭的是，略知其奧妙後，經驗卻難以傳承、複製，因爲在缺乏大片廠傲人資源之長期支援下，獨立製片需獨自面對及應變電影市場多變的本質，因此必須每部精打細算，如此一來的後遺症是，影片產量、類型及格局上，都有一定限制，缺乏挑戰、創新的籌碼，造成原地踏步，無法使經驗有效累積。又電影市場本屬多變性質，而每部影片都有其獨特性。在雙面變動之因素引導下，加上無穩定資源支持，獨立製片與每一部作品間之製作、發行策略，均無法全面複製至其他作品。在續行本文前，此點須先敘明。

本文單獨說明《十七歲的天空》一片製作背景，將從製作方向設定、發行策略擬定，及此兩項得失檢討三方面進行。

貳、製作方向設定

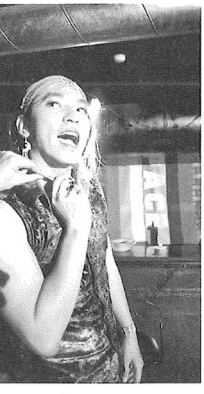
《十七歲的天空》爲三和娛樂國際有限公司之創業作品，三和娛樂設立於2003年3月份，公司設立宗旨爲拍攝品質精良之華語電影。因公司成員年輕，且具電影發行經驗，因此在公司設立之初期階段，以拍攝類型影片與起用年輕導演爲影片製作宗旨。選擇製作類型影片，是由發行面向考量，因一部影片一旦能清楚定位成某一特定類型，在影片發行時，比較容易找到跟觀眾對話的平台與管道，這對剛起步的製作公司而言，是一種比較容易建立品牌的方式。而起用年輕導演，則是考量現在電影市場觀眾，以年輕學子佔大宗，年輕人已成爲所有娛樂產業的主力消費群，因此在劇情及

風格處理方面，年輕導演的思維應會與時下年輕人較爲接近。

三和娛樂成立初期，因資金有限，又是新公司，核心人員亦無相關電影製作背景，因此不論是自己集資或向外尋找投資者，都不可能獲得大資金的支持。另一方面，也因本身電影製作經驗有限，創業作上亦不敢貿然執行中型以上預算規模之製作，因此選定小而美的類型作爲初試啼聲之嘗試。

以近幾年台灣地區電影票房表現而言，好萊塢大製作的動作，特效等類型影片，幾乎是無往不利，不但影片上映日期可安排到暑假或農曆春節重要檔期，票房表現也十分穩定。但如前所述，這並不是新公司在草創時期所能製作的類型。因此在創業作的類型選擇上，我們鎖定三種片型：同志、兒童、恐怖。這三種類型都有固定觀眾群支持，也是小成本預算就有機會製作出品質不差的影片類型。因此在鎖定類型之後，我們開始尋找合適的劇本或有興趣編寫這三種類型故事的年輕編劇。在這個原則之下，我們先遇到《十七歲的天空》的編劇，他有興趣編寫同志故事，並已有一概略想法（處男尋求眞愛），在公司成員一致認爲可發展的情況下，並考量公司草創資源有限之現況，我們決定把所有時間與資源投入《十七歲的天空》，以此片作爲公司第一部試金石的影片。

在決定是同志片類型之後，本案的細部製作方向要進一步確定，也就是要設計觀眾是帶著怎樣的心情離開電影院。過去同志片多半是溫馨感人做結，不然就是大量社會議題討論，較少建立在「王子遇上王子」童話夢幻式的故事結構上。因此在本案設立上，我們決定製作一部沒有議題包袱的同志童話，並以喜劇方式呈現，讓觀眾看完之後，能夠輕鬆快的離開電影院，享受沒有包袱的觀影經驗。因此首先確認的是喜劇、是快樂圓滿的結局！接下來要設定視覺感受，也就是觀眾在觀影當時，視覺帶來的第一印象，所傳達的訊息是什麼。因爲本案全數在台北市以實景拍攝，主要觀眾又設定爲年輕人，因此拍攝地點多選擇爲時下台北年輕人較常聚集處，如西門町、信義計畫區等。既是主要觀眾群熟悉的實際場景，又要製造夢幻童話的氣氛，因此在色彩選擇上，必定是明亮、繽紛。故事主要人物在劇中的住家，在溫暖色調之前提下，設計上也必須力求時髦，具設計感，才符合夢幻童話的要求。同樣的設計也須展現在服裝造型上，不管劇中人



物背景如何設定，他的穿著都必須比現實生活中的眞實人物穿著，再流行、時髦至少一個等級。視覺設計除了場景、服裝設計與全片色調之外，另一項重點就是畫面設計。在喜劇類型與童話主題之前提下，畫面必須是傾向非寫實的設計，鏡頭的數目也必須多，才有可能將節奏加快，達到喜劇的效果。因此在確定是喜劇類型與明亮色彩、時髦造型、非寫實構圖，快節奏的要求之後，本案已具雛型，編劇可以進一步編寫細部劇情，製作人也可以開始尋找適合的幕前幕後工作人員。

接來是演員部分，《十七歲的天空》因設定劇中沒有任何一個女生出現，因此在選角時，大家可以比較專心尋找適合的男演員。編劇當初在編寫角色時，心中已有設定角色性格與適合演出的演員名單，加上已設定是走童話夢幻路線，在選角時也注意演員有無上大銀幕的明星潛質。當然，因爲大家心中都清楚這是一部小預算製作，所以在想演員跟找演員的時候，就不會不切實際去幻想或接觸一些已經成氣候的一線演員。同樣的，條件先設立（角色設定、明星值、非一線演員），因此在尋找過程中，尙稱順利。台灣電影因爲年產量不多，大部分我們接觸的演員及經紀人聽到是電影，都保持高度參與興趣，可見電影對演員而言，還是一個極具魅力的舞台。

參、宣傳策略擬定

《十七歲的天空》的宣傳策略，是我們最常被問到的問題。老實說，從影片最初期製片方向設定，到最後上映完成，我們的宣傳策略一直因階段不同而有調整，絕不是早早擬定計畫，按部就班執行，成果也一如當初設定時毫無偏差。這種料事如神的現象在電影圈是不會發生的，一如本文在前言提及，所有影片都應做個案討論，沒有一部影片的內容或宣傳方式是可以抄襲的。

比較需要特別提到的是，因爲《十七歲的天空》是公司自己研發的案子，因此在製作方向設定時，已針對該片片型做了一些行銷點上操作的設計，包括前段所提的場景選擇、服裝造型、參與演出的演員、劇情安排，因此在宣傳初期，大家還可以依照設計進行。又因是同志喜劇片，在定位上十分清楚，因此初期行銷重點在吸引對同志片偏好的觀眾注意，並且強調本片輕鬆、無包袱的訊息，使目標群觀眾在吸收到關於本片的訊息時，就知道他將消費的是一部輕鬆的愛情喜劇。影片在定裝日起開始走媒體宣

傳，一直到正式上映，共計八個月。這是一個非常長的宣傳期，要做到如此長期的宣傳，必須是從影片製作方向設定時就加入宣傳概念，之後才可以照計畫發新聞稿，安排媒體到拍攝現場採訪。對宣傳經費有限的團隊而言，以時間換取觀眾的印象的確是比較經濟的做法。

在拍攝完成進入後製階段時，一來比較清楚影片完全製作完成的時間，可以開始向戲院詢問檔期安排的可能時段，二來影片已具雛型，初剪完之後，可以就影片風格進行宣傳計畫的調整。國片在戲院檔期安排上，不是你希望什麼時候上片，到時就有戲院空出來讓你演，因此要一直接洽、詢問、拜託，才有可能在正式上映前儘早敲定日期。日期與首輪戲院排定，才可以進一步製作平面宣傳物。初剪完成後的影片，勢必與原先想像的有出入，這時，就要大膽的重新檢視之前的宣傳計畫是否可行，該如何做修正。《十七歲的天空》當初設定目標觀眾群爲對同志片偏好的觀眾，但在看完初剪之後，發現該片比想像中年輕化，因此找了幾組高中職的學生來試片，反應比預期的好。因此，在正式上片前，我們將目標觀眾群擴大到高中職學生，尤其是女生，宣傳策略上也同步調整。

上映期的宣傳也是非常重要。上映宣傳期約從正式上映前十天到上映第一周都不能鬆懈，包括上映前電視宣傳、預售票販售、各類座談會、散發DM，上映時簽名會、每日映後座談等，都要持續與觀眾保持互動，散發口碑，爭取在戲院延映的機會。國片在宣傳上其實有一個相當大的好處，就是可以安排明星宣傳造勢，由明星現身與觀眾直接互動，可以爲影片哄抬氣氛，尤其大家都在台灣，只要提早安排好時間，現身任何宣傳場合都是可行的，機動性也比較高。

肆、檢討與展望

《十七歲的天空》從影片發想到正式上映，前後共14個月，以一部劇情長片而言，算是非常短的週期。就新公司而言，週期短當然會降低財務壓力，而小成本製作，也比較容易，甚至是必須在較短時間內完成成品。跟大多數國片相較，這部影片成型的方式，比較類似於集體創作，也就是從製作面與行銷面同時出發發展故事、設計情節、編列預算。這樣的做法有利有弊，好處當然是安全性較高，因爲經由計算，可以把回收算在一個安全範圍之內；弊端則是影片格局的限制與創作理念的干擾，因爲每一個部門因爲職責不同，會希望在影片中加入不同元素，或放棄某些橋段，如何取捨，又同時保持影片結構完整，這個拿捏就不容易了。而以市場回收可能性回頭來限制製作預算，無形中也會箝制創作本身的發揮，進而限制影片可能展現的格局。除非有相當程度的製作與發行經驗及成熟的商業電影

市場做後援，這種拿捏與取捨的決定，是很難有對錯的答案。若眞要求創作面之自由與市場回收之保證，我想這是全世界電影人都在追求的明牌，我們也只能嘗試不同方式，一部部自己體會。在往後，需要學習的是與投資者之間的溝通。投資者對影片的期待，可粗分爲商業利潤的回饋與藝術名聲的追求，不管哪一種，要先溝通好期待是否相同，如果投資者想賺錢，製片人要計算清楚，並回頭跟創作者溝通；如果是追求藝術美名，到何種地位算是被肯定、影片風格是否如投資者想像，也須事先釐清。電影製作畢竟是一筆數目不小的投資，事先確認彼此是否期待相同的結果，還是比較明智與負責的做法。

宣傳方面，除了之前提到要繼續保持隨時修正的敏銳度之外，宣傳預算的擬定也是之後要學習的課題。《十七歲的天空》宣傳預算非常少，因此執行起來十分辛苦，並不是不該辛苦，而是應該尋找更有效率的方式。一部電影想在市場上突圍而出，除了影片本身品質要做到一定水準，宣傳方式其實是會大大影響該片最後的成績，因爲宣傳切入點，會影響所有製作者以外的人去看這部片子，一張海報、一句標語、甚至是片名標準字都會多多少少引導觀者的想像，等到預告片出現，搭配音樂，這都已經是相當後端的階段了。《十七歲的天空》小預算宣傳方式，我們已經抓到一個心得，就是在沒有足夠金援下，所有要花錢的宣傳方式，如平面廣告版面、電視廣告都要放棄，沒有錢反而比較好做決定，但若今天有比較好的條件時，要如何發揮最大效果，如何做出最有效的預算編排並確實執行，則是我們要繼續接受的挑戰。

伍、結語

本文如前言所提，僅就《十七歲的天空》一片提出個案報告，因爲是第一部作品，所以在各方面都是從無到有，一路摸索。希望這個個案的經驗能夠提供業界先進後輩一些想法，也期待各位對於有誤之處不吝指正。

台灣電影有一定的存在地位，對任何一個有自己歷史文化的地區而言，電影藝術都有其存在的價值與必要，而此項藝術之存在，需要完整工業的支持，這是目前台灣電影最需要加強的地方。台灣不乏創作人才、投資資金，一旦工業建立，台灣特有的歷史背景與地理位置，絕對可以在亞洲電影界佔一席之地。在此之前，除了政府繼續以政策支持以外，創作內容的多元化與明星制度的建立，也都是刻不容緩，需要立即重視與鼓勵的項目。期待與各位先進後輩一同努力。

傅睿郁

奇蹟與灰燼——編劇談《十七歲的天空》的構想過程

夢想的起點與實踐

2003年3月開始進入三和娛樂寫《十七歲的天空》的本子，從一開始我們幾個主創人員就有了許多共識，最重要的共識之一就是我們要製作出一部市場導向的電影。因此在劇本撰寫的過程中，爲了適應所謂的市場性，作了不少的調整，例如：一開始在設定情節時，因爲想到主要觀眾群是同志，因此加了很多同志圈內的慣用語，但製片與導演加入後，考量到許多觀眾可能是非同志，因此將很多專屬於同志的用語作了調整，讓一般觀眾更容易進入到這個夢幻世界。

另一個創作的核心思考點是突破台灣新電影以來主導的創作思想——作者論。一直以來台灣電影受作者論影響，所以多是由導演出發、發展故事、再找製片去完成自己的夢想。而我們這部影片，卻是由製片出發，找到編劇提案，然後發想故事，最後才找導演加入，再對劇本作最後的定稿。所以我們一直強調的是將創作權分享給所有電影人，導演不再是這部影片的單一作者，不論是製片、監製、攝影、美術、燈光、剪接或編劇，甚至演員，每個人都是這個作者群的一環。尤其因爲導演是第一次導35mm的劇情長片，更凸顯了作者群中其他角色的重要性，例如我們的美術與攝影都是長期在廣告及MV業界工作的人，所以整個影片的明亮影調與活潑色彩，就要歸功於他們長年累積的經驗；又如實際攝製執行時，我們都沒實際拍攝經驗，所以就仰賴副導演與執行製片的現場調度能力；還有我們的剪接師，也是前期就加入劇本的刪改工作，憑藉他的經驗，將多餘的戲份刪除，也減少了拍片時的成本。

這樣分工的結果就是每個人得到了充分的參與感——是大家一起在完成一個夢想，而不是替單一個人（通常是導演）去執行夢想，這是不同的，當然也由於這是一個年輕的團隊，所以更容許大家提出與整合各自的想法。這個作者群，除了製拍時的創作者外，另一個重要的延伸作者群就是影片的宣傳組。這是以往不太常出現在國片的創作者，他們通常只在上片前加入，參與短短的數週時間，對影片本身的內在核心參與感自然不夠；而這次，從一開始定裝起，我們的宣傳組就同時加入運作，這大量增

▲ 十七歲的天空電影海報

加了影片的曝光率，同時也讓影片成爲一個具體的商品，讓從頭就開始包裝、販售成爲可行的。再次強調，這種作者群的概念的好處，因爲每個人都取得電影作者的一部份，所以會更認眞投入地工作，還有就是專業的分工大量減輕了導演的負擔，讓導演可以專心在導戲上面。

第三點，我們相信電影遊走世界的文化傳播性是無遠弗屆的，因此在影片定調時，就決定要讓我們生長的台北展現出不同的都會樣貌，大家習慣看到的台北的陰暗潮濕或底層社會將徹底摒除在外，我們要呈現的是大家更熟悉的眞實的台北，每一個景點都精挑細選，尋找能代表台北時尚性或新鮮性的點，再由點出發構成的線編織出台北流行文化的一個切面；例如我們用了當時剛落成的中華路天橋，選了號稱「台北曼哈頓」的信義計畫區等地，因爲我們相信電影除了娛樂之外，他更該有其他的週邊價值——像觀光產業的促進，我們希望有其他地方的影迷因爲看了這部影片，受到吸引，也能來看看台北的美麗天空。

第四點，接著上面提及的，電影的週邊經濟效應，在台灣大家多是出劇本書或電影書跟原聲帶，這是最具體可行的週邊商品，我們也不例外，透過與唱片公司的結合，出了張電影原聲帶，由於唱片公司的大力支持，讓我們的影片充滿了流行的音樂性與輕快的氛圍，同時也因主題曲的朗朗上口，讓影片在電子媒體的曝光率增高。另外我們與出版社合作出了一本改編小說跟一本紀錄性的寫眞書，但由於台灣電影的經年不景氣，原本應該開發更多的週邊商品，例如明信片（這次做成酷卡，由觀眾自由索取）、T-shirt、或明星配飾（例如主角在片中所配戴的手編腳環就引起影迷一陣詢問風）等都是更具體有待開發的部分。另外一提的是影片最後出版的DVD，監製以高規格要求DVD內容，裡頭收入幾段刪減段落，還有隨片講評及幕後花絮等內容，一切都比照美商的DVD規格去製作，這也是國片發行DVD比較罕見的。再者，顧慮到基本消費群是年輕學生爲主，所以定價上也採低價回饋。

第五點，影片的拍攝成本一直適度控制在一個小的預算範圍內，一方面是我們沒有實拍經驗，所以抓起預算時難免有許多誤差，另一方面，預算的編列是參考製片覺得可能獲得的票房及版權等收益的總額——也就是說，因爲在製片眼中這部片可能只有這樣的營收，所以才有這樣的預算，只要影片能回本，就達到製片心目中的最佳狀況了。這點很重要地說出大部分台灣電影製拍時，並沒將影片可能的營收估算在內，所以導致許多片子花了過大的成本拍攝，卻無法回收的窘境。這也是比較特別的先期作法。

最後也是最特殊的一點是拍攝發行並行，以往許多國片是在拍完後才想到要找戲院排檔期，卻往往拼不過好萊塢的強勢電影，常常在小戲院與不佳的檔期被匆匆犧牲掉，這次也是在拍攝的同時就已經開始跟戲院業者接觸，積極洽談檔期的可能性，確定的檔期讓宣傳更方便進行。

完成的一半與未完成的另一半

電影之所以迷人是因爲即使精密商業化到如好萊塢的工業，也可能有錯估市場的時候，所以電影從拍攝到上映的時候，往往只完成了一半，未完成的另一半就交由觀眾去完成。

影片初剪完成後，監製比照好萊塢模式，找了幾位標的觀眾試看，再根據觀眾的建議對影片作最後修改，所以爲何有些段落最後沒放進去，多少採納了觀眾的意見。再來就是依觀眾反映，界定出最主要的市場群，再依市場群去決定最後的宣傳方針。由於打著台灣第一部同志喜劇，所以在初步分析時覺得同志的市場大概比較穩定，若影片要異軍突起，便要開拓

另外的觀眾群，而由試片的反應，知道青少女族群是另一個反響最熱烈的族群，所以便開始用比較可愛、夢幻的方式包裝影片，例如：將酷卡由一開始的兩個健美男體在游泳池中的肉慾感改成兩個男主角（一個穿著正式，另一個只穿西裝外套跟四角內褲）靠在一起的俏皮感，背景也換成粉紅、粉綠等比較討少女觀眾喜好的顏色。最後由市場的反應，證明了這個宣傳策略的正確性。

另外沒想到的是，像當初大膽啓用年輕的新導演，由於導演本身不是男同志，所以在處理愛情與一些激情場面時，援用的是自己的情感投射方式，讓大部分男同志片中過於激情逼眞的魚水之歡變得比較純情浪漫，也讓廣大的非同志觀眾更容易進入到這個同志世界中，這讓一些青少年觀眾藉由這部影片了解到同志的世界原來並不可怕或光怪陸離，他們只是一群選擇同一性別去愛的人。進而願意去瞭解這個一直被「異」化的世界。

還有就是在劇本階段就刻意選擇讓他們缺席的女性角色，原本只是想若這些女性角色在男同志電影中的處境只能與異性戀喜劇電影中的男同志角色一樣淪爲無性狀態的「必然」綠葉的話，那就不需要複製這種沙文文化現象了，同時，全是男性的角色，也許反而是另一種噱頭。但在後來的宣傳過程中，經由提醒，讓我們知道這樣的設計讓這部電影可以被包裝成一個「同志烏托邦」，這合理化了片中因各種拍攝困境而不合理的地方，像常是無人的台北街頭或空蕩蕩的城市景象，也讓較夢幻的色彩與布景、分鏡與演員表演等不同於以往台灣新電影的元素有了順理成章的附著點。

這些種種都是當初在影片製拍階段，甚至影片完成後沒想到的，經由一些觀眾的參與、補充的過程，讓影片活出了自己的新生命，這也許就是電影最迷人的地方，因爲我們只是醞釀了她，而她卻有了自己的、難以預測的生命力。而這有一半的功勞要歸功於被台灣電影遺棄了很久的觀眾們。

最後，所有影片最難以預測的，其實是「天數」，這說來有點玄，但影視圈本來就是個迷信的地方，就像我始終相信《十七歲的天空》的成功多少有點運氣的成分，這是誰也算不出來的。因爲檔期的調度，我們比預期的晚上了一週，原本以爲不是最好的檔期，因爲若按原來的檔期，正好是總統選舉剛完的週末，適合看娛樂片輕鬆一下，人算不如天算，選舉出了狀況，讓政治的狂熱持續延燒了一週，讓台灣社會根本無心顧及其他事情，只有政治。而一週後，就在許多人已經厭倦政治的紛擾時，影片上映了，正好上映的檔期沒有同性質的娛樂片（喜劇），於是對政治冷感的青少年躲進戲院尋找娛樂的烏托邦，就在這種社會氛圍下，創造了《十七歲的天空》的奇蹟——這是當初誰也沒想到的「天數」吧！

夢想的灰燼

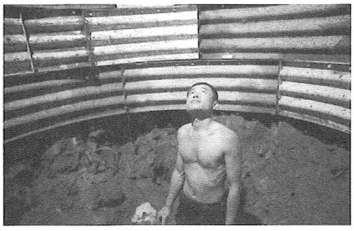
不論票房或上映天數，《十七歲的天空》創造出了一個奇蹟，但奇蹟過後，剩下的只是夢想的灰燼，因爲她是奇蹟，所以能累積下來的東西並不多，當我們再次籌備下部片子時，許多事仍是從零開始的，例如，我們無法估算觀眾是否會因爲同一家製片公司或同一個導演或編劇或創作團隊的下一個作品仍能成爲票房號召；去接觸其他業界作異業結盟時，人家眼中《十七歲的天空》也只是個特例，而不是一個常態的考量點，所以我們仍是站在一個新的起跑點上，只是手頭上有了更多的資源可以運用，同時讓我們幸運地擁有下一個機會去證明自己。

最後，我不禁要問，雖一直說國片不景氣，但這些年來一直有票房與口碑均表現不俗的國片，像是《藍色大門》、《20、30、40》、《台北晚九朝五》、《愛情靈藥》等片，但因爲案例太少，所以一直都被歸類爲個案與特例在對待，但這些眞的只是特例嗎？是否這些特例有許多共同點讓他們成爲特例呢？如果不把他們當成特例來看待呢？也許這是台灣電影工作者大家都該思考的問題。

只能希望有一天能讓這些影片都不要只是「特例」吧。

張靚蓓

《生命》與「全景映像季」行銷初探



2004年9月18日起，全景傳播基金會推出《全景映像季》，將其過去五年在九二一地震災區以DV拍攝的紀錄片《生命》、《天下第一家》、《梅子的滋味》、《部落之音》（本來尚包括《再見長寮尾》及《在中寮相遇》，後因剪接未完，不及放映）四部紀錄片，分別在總統戲院（之後擴及全省十家戲院）及災區巡迴放映。

紀錄片至戲院上映，這不是頭一回。但是一個國內紀錄片工作團體、一次放映四部片子，上映前預售票銷售期間（8/20～9/10）銷售量已經衝至兩萬餘張，緊急喊停。上映頭三天便場場客滿，緊急接洽欣欣晶華戲院四百多人廳，以疏散觀眾。台北除了原先租下映演廳放映的總統戲院外，欣欣晶華、樂聲戲院均陸續加入上映之列。台北映演之後，中南部戲院亦陸續上映（詳情見附錄1，「全省上映戲院及日期」），映期自2004年9月18日至12月24日，長達三個月，台北票房累積至1041萬，中南部約爲500萬。這些，都爲紀錄片上院線映演寫下新紀錄。2004年戲院及災區映演（詳情見附錄2）結束，2005年該基金會繼續將全景映像季帶入校園。

壹、事情究竟是怎麼發生的？

以往紀錄片多爲服務性質放映，至社區、學校或各機關免費映演。1999年之前，全景傳播基金會在這方面已經耕耘了十年。九二一大地震之後，全景工作室十天內全體南下台中，先是落腳團員家，繼而成中部工作站，深入災區，找尋題材，長期進駐，以蹲點方式展開拍攝。

五年來的累積，他們選擇在「九二一」五週年時與大家分享，導演吳乙峰說：「九二一是我們的集體經驗，我們應該來看自己的故事！」

對於這次的成功，全景傳播基金會董事長李中旺（《部落之音》導演）、《生命》《天下第一家》導演吳乙峰及全景傳播基金會執行長蔡靜茹

（《部落之音》攝影）均異口同聲表示：「我們哪有什麼行銷策略！這次的成功是誤打誤撞，是一個特例，我們覺得這次的經驗是不能被複製的！」。《梅子的滋味》導演郭笑云也認爲《全景映象季》如此爆紅十分意外，但她認爲四部影片組成的「系列」放映，提供大家不同的角度觀看：「這個部份對觀眾來說比較不一樣，雖然因爲《生命》很紅，到後來許多觀眾自動自發的將《全景映像季》稱之爲《生命系列》，甚或誤認爲這四部都是吳乙峰的作品，但至少他知道是個系列，是好幾部，不是一部；至少會覺得我們在災區待上五年，呈現出不同的面向。」對於觀眾這種「自發性」的誤解，郭笑云認爲：「可能是因爲《生命》很紅，包括片名太好記了，而且每個人都有生命的問題、生命的狀態，所以能夠快速的連結在一起。」

對外界而言，長久以來全景與吳乙峰幾乎劃上等號，他是全景的代表。但實際深入理解，這是一個由十幾位成員所組成的一個團體，半數人待在這裡都有十年以上，人人都很能幹、都很有自己的想法，這在2004年8月19日的首次記者會中，當六位導演介紹各自的作品時，便讓人驚訝的發現，全景的每個人都很豐富。而進一步了解，他們確實發揮團體的力量，相互扶持，也相互批判。蔡靜茹說：「這次能夠成功，跟我們是一個團體不無關係，我們是一群人，每個人都有自己的人脈，大家各自發揮，動用及結合各方資源，才會有這次的成功！」

從他們身上，我看到一根筷子和一把筷子的故事，一根易折，一把難斷。

團體的力量固然是這次成功的主因之一，但《全景映像季》的票房成功、吸引大批觀眾前來觀賞也激盪出許多前所未有的現象，不單是行銷操作實務面、觀眾群的新開發；對於影片內容及手法所引發的批判及討論，激盪出外界對《全景映像季》、對全景這個團體及對吳乙峰的個人創作風格有更多的認識外；更重要的，也引發大家對「紀錄片上院線」做更多面向及本質性的思考。

當紀錄片走入院線，當「免費成爲付費；無收益成爲有收益，甚而相當收益」時，主張及實踐紀錄片走上院線的導演們，該何面對「商業、非商業」本質上的衝突，利益該如何分配等問題？

貳、「全景」的行銷方式

雖然「全景」戲稱這次的成功是「誤打誤撞」的結果，連他們也弄不清楚爲什麼會有這等結果，但細究之後，依然脈絡可循。只是這次的行銷方式、發展軌跡，均不同於我們慣性概念裡的商業或藝術電影行銷模式。蔡靜茹說：「有點像追女朋友，可以用的策略都用盡了，至於哪一招有

效，我們也不知道，總之是一場混仗，就像做夢一樣。我們做的不是一般的電影行銷，我們做的是一個社會文化運動。因爲來看《全景映像季》的觀眾不是跑影展的觀眾，許多是30至40歲的中產階級，他們平常不看電影，如果看，頂多陪孩子去看。而這一次是他們第一次主動想要自己走進電影院裡來看一部電影，又是一部紀錄片。」

爲什麼會吸引到一群新觀眾，且看他們是如何做到的。

一、前期醞釀階段

（一）宣傳重點的釐定

《全景映象季》當初曾考量過是「全體出擊」一即強調六部作品各有特色，或以《生命》爲主打，然後用「母雞帶小雞」方式來呈現《全景映象季》？

後來決定先以《生命》爲宣傳重點，一來多次試片之後的觀眾反應，《生命》所顯現的感染力，不論各年齡層、各種背景的觀眾，看過的人都想爲之盡一份心力。這個情緒其實從九二一以來，一直存在於社會各個角落，但是之前的四、五年的資源濫用曾令人灰心至極，當時社會對九二一的反感情緒，正是社會大眾心理集體down至谷底的寫照，而全景四部地震紀錄片的放映或許是個契機，提供大家再次審視九二一，事後證明，這個反向操作成功。加上該片在日本山形影展及法國南特影展得獎。

二是因爲多年來吳乙峰在社會上建立起的形象，全景與吳乙峰幾乎劃上等號，故決定以之爲主打，採「母雞帶小雞」的方式呈現《全景映象季》。

因而前期宣傳重心多放在吳乙峰及《生命》上，及至後期慢慢帶出其他導演及作品，這也是商業運作、媒體特性中不可避免的現實，知名度決定版面大小。譬如安排上廣播節目（9月起宣傳期間，幾乎每天都能從收音機裡聽到相關訪談）、報紙或雜誌專訪，如中時、聯合報整版專題報導均以吳乙峰個人爲焦點加以介紹，再帶出《全景映像季》；如由中華電信出資在中國時報購買版面所舉辦的「紀錄片座談會」，亦由吳乙峰出面代表《全景映像季》發表談話。電視節目上的不多，但方向則有所調整，如TVBS的「一步一腳印」及三立電視台的「大話新聞」兩集，是由全景映像季的三位導演吳乙峰、郭笑云、李中旺一起出席，談論這次《全景映像季》放映的四部紀錄片，從各個角度來談九二一地震紀錄片。

不單宣傳走向如此，這在之後放映場次的數量及時段分配上更加明顯。上映之後《生命》爆紅，其實各場次的時段、次數安排，已非「全景

傳播基金會」所能掌控，而是進入商業機制的操控。許多戲院老闆只願放映《生命》，而不願放映其他作品，中南部尤其明顯。雖有安排但卻安排在極差的時段，譬如平日上班時間的日場或最晚場，縱有觀眾反應想看全四部作品，但上班時間不能偷溜出來看片，全景工作人員也極力與戲院協調，但一切都敵不過票房。商業機制的運作已全面操控影片曝光時段的好壞、曝光機會的多寡，並不因爲你是紀錄片或劇情片而有所分別，這是所有紀錄片導演必須認清的現實。

(二) 試片

決定《生命》爲主打後，開始頻頻邀請媒體、社福團體人士、藝文界、企業界朋友前來看試片，完整放映《生命》全片，映後請大家給意見。

以上均屬小型試映會，或一人、或兩三人，或五六人，均到全景工作室的討論室看片，包括企業界大老闆、媒體界紅人、藝文界名人、政府機關高官、年輕學子等，全部一視同仁，都在同一地點輪流看片，看完後即進行討論，或給意見；或當場敲定訪問，上電視或雜誌、報刊專訪；或談合作、贊助計劃，同時邀請名家爲文推薦。

這樣的試片方式，優點是沒有DVD或錄影帶流傳在外，僅靠口耳相傳，大家不透露內容，只道出自己觀後的感覺。《生命》感人的口碑，由此口耳相傳，耳語發揮了滾雪球效應，「醞釀渴望」，這種情緒在許多的觀眾中發酵，其散發的強大後勁，至上映前更加明顯；同時在網路流竄，許多人不但接到推薦該片的電子郵件，而且經常一日數封。這是影片本身的魅力，因爲許多都是觀眾自動自發，而且這種自發的行爲匯集成流，《生命》具有這樣的效果。儘管其藝術性、結構、影片的表現方式等有所爭議，但導演表示：「這是我最好的表達，我覺得片子拍完了，就不是作者的了，作者已死。片子自有它的生命，一個作者不需要解釋，任何反應都很好！」

至於其他影片則以預告片的方式剪成一支預告供給各電子媒體使用，試片期間主打的即爲《生命》，其他影片有媒體要求觀看，方個別試片。

全景傳播基金會對活動整體內容做有效的控制管理，僅將有利訊息散佈出去，這方面做的十分成功。

(三) 本身的優缺點；外在情勢的分析

《全景映像季》雖主題明顯，但紀錄片是個冷僻的片型、以往的印象看紀錄片爲免付費、加上社會上當時瀰漫著一股對九二一的反感情緒。所以不少藝文界、傳播界人士在試片之後，提醒全景傳播基金會要面對當下的

環境氛圍，甚而主張避重就輕，不以九二一爲宣傳重點。但也有人持不同看法，指出這次其實正是一個契機，讓大家藉機對九二一的意義加以重新思考。

由於電影觀眾群向來以學生爲主軸大宗（這也是蔡明亮導演勤跑校園的原因），故首先考量打入該觀眾群的可能性。但全景的上片時機並不理想，上片時間正值學校開學不久，沒有時間走校園巡迴演講推票，剛開學學生心情不定，現今學生面對的資訊繁多，一部長達兩小時以上的紀錄片，是否能吸引年輕人的注意？進而走入戲院，「掏錢購票」改變以往免費觀賞紀錄片的習性，其實是個高難度的挑戰。

於是另尋他途，從全景最熟悉的管道出發，即社福團體、教育行政體系（不等同於跑校園演講）等。

性質上，《生命》是屬於一部「熱」的電影，自試片階段這一點特性即不斷凸顯，從知識份子、公司，家中媽媽及大學生、中學生，都反應出，「看完後，希望能爲它做點事」。他的觀眾群不僅限於學生，有可能擴及各個年齡層，而且只要觀眾走入戲院，後續作用即可自動發酵。如果走入市場，它的困難度在於「前期」，即如何將「冷灶燒熱」，如何吸引各個年齡層的觀眾走入戲院（其中上包括許多多年來不進戲院的觀眾）乃其成敗的關鍵。

根據影片內容，抓出「來看我們的故事」成爲這次宣傳的主軸；「這是適合全家人看的電影」，則是希望達成的目標。由於紀錄片一向弱勢，它製造的不是虛幻的假象，這裡要傳達的是「我們的故事」，生活在這片土地上的人們，眞實的生命體驗，當他們突然遭逢人生巨變時，人們如何自廢墟裡再站起來，繼續活下去...，一個殘破的生命復原的過程。每個人的經歷不同，但九二一卻是這個社會、這塊土地上的人共同的集體經驗。《全景映像季》每部作品切入的重點不同，他們抓住了某些共通性，這些從pretest的觀眾反應裡得到驗證，它的觀眾群應該不同於一般商業電影或藝術電影的觀眾群——看電影是個別的、年輕人的行爲，其基本盤在社福團體的成員，從推銷票源開始，社福團體、媽媽團就是主力之一。基本盤穩固後，再向外擴散，其他觀眾群如影展觀眾等則是附加的Bonus。

二、媒體操作

（一）媒體部份，重點出擊

紀錄片是個冷僻片型，非主流路線。所以在媒體版面、時段上亦是被忽略的一群。全面鋪貨不可能，故重點出擊，令人印象深刻，進而引起注意。

1. 冷灶炒熱階段：媒體適時發揮功效

最初階段一片冷清，只有藉助吳乙峰及媒體總監以前在媒體界累積的資源充分運用，並加以開拓。

如中國時報浮世繪版的大力支持，率先刊登相關文章「堅持凝視九二一」介紹《全景映像季》整體活動。找對屬性媒體，充分達到告知效果。此篇報導吸引電視、廣播媒體的注意，打電話至全景提出採訪要求。

2. 媒體的「轉型」及「催化」作用

接著中國時報影劇版張士達、聯合報影劇版項貽斐整版篇幅的報導，這一來使得竹科園區包場放映的推展工作來了個大逆轉。譬如新竹科學園區的包場，本來因爲「不是名人，沒有明星」而覺得不具吸引力，如今成了「Fashion」則大不同。原先就算有老闆交代，但執行者仔細評估之後，覺得效益不大而拒絕安排此爲員工活動，因爲就算公司購票分發給員工，要大家遠從新竹搭車至台北看一場紀錄片然後再回去新竹，只要稍稍一想，都知道成效如何。但媒體大幅報導之後，形成話題，蔚爲風潮，趕流行，科技新貴豈會落於人後？新竹科學園區或企業界業主即成爲包場主力之一。

3. 《大話新聞》鄭弘儀發揮催票功效，將熱力凝聚推到最高點，該節目於上映前播出後，首映前三天引起總統戲院人潮不斷。尤其是之後在中南部映演時，許多觀眾都說是看了《大話新聞》的關係。

其實媒體在此扮演了一個十分重要的角色：告知、引發興趣之外；也爲目前政治環境造成人們對世事冷漠的態度，開啓了一道情緒上紓解的出口。人心是需要溫暖、需要正義、需要一些讓人們感到「值得的」東西的，人們在紀錄片裡找到了這些。媒體適時提供訊息，發揮告知功能，讓許多人（當然也有意見、感受不同者）來到戲院獲得紓解。災區巡迴放映時，據郭笑云觀察：「對於災民確實有著心理治療的功效！」她發現，在都市裡看片的觀眾和災區的觀眾反應很不同，災區觀眾會透過影片，不斷談論當時的災變經歷；而都市觀眾則是親身經歷了一場眞實的震撼教育；至於散居在都市裡的災民觀眾，大多從影片裡獲得力量，而願意重新回鄉，面對以往所逃避的眞實創痛。

《全景映像季》是個嘗試，及至2005年上映的紀錄片《翻滾吧！男孩》、《無米樂》等片中再次印證這個需求。當然，這是一個相較之下的感受，並非絕對。對於學者、評論家或經常接觸影像的人來說，《生命》不論呈現的形式、內容，及導演的心態上，或有許多值得討論或爭議之處。但對一般黎民大眾，對那些自己看完後，當場在戲院裡打手機詢問女兒時

間，幫女兒及其同學購票要他們來看《生命》的媽媽們；或是看完《無米樂》的六、七年級生，自動買票再陪著父母走入電影院一同觀賞；或帶著一家大小去看《翻滾吧！男孩》的父母，這些觀眾群都不同於時下一般商業院線的觀眾群，這些紀錄片確實觸動他們的心，觀眾的情緒及感受也是那麼的眞實。

雖然目前媒體讓人詬病之處甚多，但原因複雜，不能一概而論。《全景映像季》推動前期若非主流媒體的大力支持，其熱力能否擴散，實在難以預料。紀錄片非主流、沒明星、沒賣點、沒資源，最初沒人報導，從《全景映像季》第一次記者會來的平面媒體報紙六、七家（靠交情），雜誌五、六家，電子媒體僅華視、台視，其實這是正常現象，紀錄片對大眾或媒體來說以往都是邊緣，從邊緣走入主流，便需要開疆闢土，一點一滴的去告知，去打出一片天來，天下沒有白吃的午餐，事後的成功人人看得到，但事前努力的功夫一定要做足，才可能有之後的人潮，當然也可能沒有。而這次媒體看片之後都傾力相助，充分發揮大眾媒體所具有的功效---瞬間引爆力，將紀錄片長期累積出來的成果，在最短的時間裡傳播給大眾，讓這個社會一起來分享全景傳播基金會多年「採訪」所累積的結果，實乃兩種傳播媒體合作，各自發揮所長，爲大眾盡一份心力的最佳示範。

（二）紀錄片、政治人物與媒體

是因爲政治人物捧場，《生命》才紅；還是因爲《生命》紅了，有人氣了，政治人物前來湊一腳？這次政治人物有加分助長的效果，但不是基本盤，因爲上映之前的預售票即衝至兩萬張，陳水扁總統、馬英九市長等人的觀賞，乃錦上添花。

從《跳舞時代》李前總統加持，政治人物觀賞紀錄片似乎成了慣例，紀錄片靠政治人物搏版面似乎也成了慣例，兩者間的互動究竟對電影有何效果，尚有待觀察。但在資源缺乏、上不了媒體的情況下，政治人物捧場紀錄片，雖然每位導演都強調「政治人物也是人，有人的感情，片子觸動了他們的這一面，我也不能拒絕」，導演吳乙峰也曾表示：「誰來看都好，都是觀眾，那也不是我能控制的。」但政治人物與紀錄片目前仍處於「合作拉抬」的狀態中，雖然不知道能持續多久，但我們的希望則是「有那麼一天，紀錄片能將人民的聲音還給人民，由人民帶著政治人物來走、來聽、來看。而非靠政治人物的品味帶領人民去聽、去看。」

譬如當蘋果日報頭版頭條報導總統府下令要屬下前往觀賞《生命》時，其實正是一個政治及媒體扭曲電影的最佳案例。「蘋果日報」是個指標，表示你紅了，人們誤以爲蘋果日報的報導使得該片更紅，全景傳播基

金會執行長蔡靜茹則指出：「其實蘋果新聞登出時，熱潮已經漸退，這從總統戲院本來平日場次全滿到不是全滿，即反映出片子實際的狀況。」

前期無人問津階段，在少數重點媒體的大力協助下打出天下，吸引人潮前來戲院，這些觀眾觀賞之後都成了義務宣傳者，影片本身的魅力持續加溫擴散，靠的是觀眾，不再是媒體。後期媒體的爭相報導，乃是因爲這些觀眾群已經形成了一個廣大的需求市場。

（三）網路部份

在智邦科技的協助下，成立專屬網頁，舉辦網路寫手BBQ烤肉大會，試片後與導演在輕鬆的氣氛下交談，回去寫稿。

上映後，專屬網頁不但成爲相關文章刊登場所、觀眾心情交換場所、最新相關訊息（如包場場次的公佈，免得觀眾白跑）及活動公佈管道（導演場相關圖片及報導），同時是全景映像季的專屬園地，凝聚共識的最佳場域。

只是版主要隨時照顧，回覆相關訊息，場域方才活絡。

（四）社福團體

進入災區拍攝五年，全景跟以前的朋友、社福團體等少有聯繫，但根基仍在，畢竟它是一個認眞經營了十五年的團隊。蔡靜茹說：「我進全景有十年了，十年前全景就開始經營社區，用紀錄片做社區活動了。所以這些社區、社運團體，如環保、婦女、教育團體等，像崔媽媽、人本教育基金會等都和我們多有接觸，我們沒有自我設限，我們雖然是做影像的一個團體，但我們不是只跟做影像的團體來往，我們跟各方面都有所聯繫，涵蓋面很廣，而且很早就這麼做了，這方面我們不同於其他團體。」蔡靜茹說：「多年工作上的接觸，他們對我們的理念認同，所以當我們一說要做什麼時，他們也會回來。」譬如老關係快速啓動、運轉之後，立即產生作用，各個團體自動前來推票。當時由年代賣票系統出售預售票僅五百張之際，在全景自己動員的社福、教育團體的預售票已經賣至六千張，較之當時推銷預售票最成功的案例蔡明亮的《天橋不見了》的四千張還多出兩千張，這是《生命》預售票開始推動兩週後的成果。及至9月10日預售票截止發售，衝至兩萬多張。最後一周衝票最快，而許多預售票並非個人購買，而是團購，企業界、社福團體，或透過社區組織接觸教師，這些都是認購者。而媽媽們的力量尤其大。

由此而知，「全景」的立基在於它深耕多年、面向廣闊、人脈豐沛、交情深厚、理念相似、彼此認同的社團網絡，這是其預售票推票成功最重要的主因之一，也是他們的基本盤。基本盤掌握住，其他方面再用足工

夫，《全景映像季》的成功，其實並不意外。

（五）教育系統或政府單位

透過教育部系統發函給各學校，鼓勵學校老師帶領學生課外活動觀賞。政府單位如勞工局、工會，經由他們散佈消息。

（六）九二一重建相關單位

協助災區映演活動，同時在自由時報舉辦相關座談會，有助於宣傳。而在政府單位及企業團體贊助下（如中華電信獨家贊助總統戲院放映場租；SONY贊助放映器材，並免費提供AXN頻道播映廣告片；智邦科技提供成立專屬網站等），使得全景上片的條件優於之後的其他紀錄片甚多。

（七）企業團體

9/12由獨家贊助「全景映像季」總統戲院放映經費的中華電信董事長賀陳旦出面邀約企業、藝文界好友舉辦「名人場」放映《生命》，推動企業主贊助認購。

三、檢討

紀錄片走入台灣院線，並非新鮮事，自從胡台麗教授的《穿過婆家村》起，多年來紀錄片均維持小片小作的情形，能上院線已是萬幸，要成爲國片賣座之最，根本是天方夜譚。所以，2004年6月當全景傳播基金會打算將其五年的地震系列記錄片以 package的形式，於「九二一」五周年前夕在災區放映之外，並計劃同時推上院線，當時的想法只是：「希望有更多的人來看我們自己的故事。」沒有人會想到主打的《生命》能成爲2004年年度國片賣座冠軍。

《生命》系列的票房成功，其實引發出一個新局面，紀錄片上院線不但成爲可能，而且也吸引出另一群不同於目前商業院線的觀眾群走入電影院。《生命》生命系列的成功，直接促成2005年若干紀錄片相繼推上院線，如《石頭夢》、《翻滾吧！男孩》、《無米樂》、《南方澳海洋紀事》等片，有些仿效生命的推片模式，有些則另覓新途，有成有敗。失敗者驗證《生命》系列的行銷模式是獨一無二的，不能複製。成功者則再次驗證「紀錄片的新觀眾群存在」。

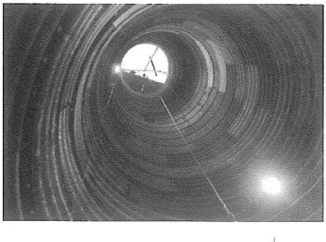
其實影片是根基，有特色的電影加上成功的推介，才有成功的機會。至目前爲止，上院線成功或不成功的紀錄片，最初的起跑點都一樣，都是沒有知名度、都不得媒體關注，都是從沒人理開始，一步步耕耘出來的。有趣的是，至目前爲止，成功的片子都有特點，片子本身都有熱力、感染

力，而且都是看完片後由觀眾自動爲影片推介，而且都是適合闔家觀賞的片子。從行銷層面來看，我認爲每部電影都是一個獨特的作品，能夠抓出這部影片的特色，強化之，找到合適的媒體將之傳達給「target audience」，只要功夫用足，便能水到渠成，《全景映像季》是個已獲驗證的實例。但影片的獨特性、觀眾群、哪些媒體適合將這些訊息傳達到哪些觀眾群……，其中每一項都是個變數，之中的搭配組合千變萬化，有趣之處也在於此。目前這些都還是個案發展，形成定論還言之過早。

不過「紀錄片上院線」與「紀錄片想要給更多的人看」的問題，經由兩年來的上映則已經浮現。「上院線」等同於「讓更多人看到影片」嗎？上院線是讓更多人看到紀錄片的唯一途徑，還是另有途徑可以讓紀錄片提供給更多人觀看？如果紀錄片經由觀眾參與才算完成，那麼上院線僅只是一種方式，卻並非唯一的方式。不上院線，找尋觀眾其實還有許多方式，紀錄片與觀眾間的互動、參與方式應該還有許多有待開發的園地，應該還有許多方式可以不需透過商業機制操作，仍能與觀眾交流。

上院線就是一種商業操作，是需要龐大的宣傳經費及人力方能執行，其本質與紀錄片的本質是否相衝突？沒錢難辦事，紀錄片總不能老是靠人情、賣面子，要大家來搶救紀錄片上院線後的票房窘境。如果窘境變佳境，如《生命》的爆紅，問題又來了，片中人物的權益該如何回饋、所得利益該如何分配，都因爲原先非商業、免費放映的紀錄片進入商業映演管道、有所回收，而必須面對。這些複雜的實務及有待釐清的觀念，已不是一句感人口號「我們應該來看我們自己的故事」所能夠輕易解決的。《生命》上院線成功之後所衍生的諸多新現象及新問題，都成爲以後「紀錄片上院線」所必須面對的，包括實務上的運作與理念上的分辨、調整，包括其引發的觀眾效應，包括紀錄片的本質與院線商業機制之本質是否有謀合的可能等等……

這些都是新局面，它沒有答案，或許多年後當我們累積出相當案例，或能從中尋得較適切的解決之道，但目前仍屬未知狀態，可是現象已經發生、存在！



附錄一

《全景映像季》上映地點與放映期程：

台北總統戲院 93.09.18~10.05
台北欣欣晶華 93.09.24~11.19
台北樂聲戲院 93.10.16~11.12
中壢威尼斯影城 93.11.05~12.03
新竹紅藍寶石戲院 93.10.29~11.26
臺中萬代福　93.10.29~12.24
臺中新光影城 93.10.30~11.26
斗六中華戲院 93.10.23~11.11
台南新光影城 93.12.17~94.01.13
高雄十全戲院 93.10.08~11.19

附錄二

【全景映像季】九二一震災紀錄片重建區巡迴義演

二○○四年，描繪九二一震災重生經歷，備受各界矚目的紀錄片『生命』，以及其他四部作品『三叉坑』『梅子的滋味』『部落之音』『天下第一家』，在勝華科技、智邦科技大力贊助，以及東和鋼鐵公司、SONY放映器材的協助下，正在進行中部重建區的巡迴義演。重建區的義演，是全景始終放在心上的心願，在各地戲院放映結束的時刻，以及另一部剛出爐的作品『三叉坑』完成之際，五部九二一震災紀錄片，將越來越接近九二一的地震核心。

四部作品的導演都表示，作品來到重建區放映，其實心中十分忐忑，因為拍攝期間的許多鄉親好友，雖然都已先看過片子，但是還是有點進鄉情怯，不知道其他曾經經歷過大地震驚嚇的重建區朋友，是不是有興趣與心情回頭看看自己曾經走過的辛苦路。

『生命』導演吳乙峰，經常向朋友談起一個在高雄放映時的小故事——有一天『生命』放映結束，一位婦女來到吳乙峰面前，她的雙眼明顯看得出來哭得紅腫，她告訴吳乙峰，「我家住在南投，九二一的時候我的父母都壓在倒塌的房子裡，父母過世後到現在，我都不敢回南投。我可以了解片中人物失去親人的心情，透過片中主角對她父母的思念，我也看見自己對爸媽的感情，真的謝謝你拍了這部片子，我想我要回南投老家看看...」「我們都有太多過去，我們必須給自己一個未來。」

全景以四年時間所完成的四部震災作品中，我們可以在片中看見一對在日本打工的夫婦，失去了他們寄養在台灣的一對兒子後，如何用再度結婚的方式，千方百計想再生回自己的孩子（《生命》）；可以看見一位家園田地盡失的農民，如何運用自己的力量與聰明，在震災的荒山間重建自己的家園（《梅子的滋味》）；可以見證一對夫婦如何在災後協助部落人重建生活而後卻又無法繼續（《部落之音》）；可以領略一群住在集合式住宅的人，如何與建商周旋的心情與經歷（《天下第一家》）。而在一月將完成的作品《三叉坑》，緩緩敘說出一位部落青年如何從都市回到部落重建家園的故事，將讓重建區的民眾先睹為快。這五部作品，絕非只是災難現場的黑白記錄，或是只有地震屋毀人亡的畫面，這五部作品展現了震災區民眾重生與希望的故事，是我們的曾經一起經歷過的過去，也將是我們一起展望未來的媒介。每一個地方的放映都是免費入場，歡迎重建區的朋友們攜家帶眷來觀賞，並幫忙將此訊息傳遞出去。

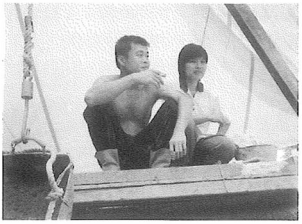
【全景映像季】放映日程表

放映時間	放映影片	放映地點
2004/12/10（五）18:30	生命	台中縣大里市 大里高中 活動中心
2004/12/11（六）18:30	生命	台中縣卓蘭 卓蘭實驗中學 大禮堂
2004/12/17（五）18:30	生命	台中縣石崗鄉 土牛國小 活動中心
2004/12/18（六）18:30	生命	台中縣豐原市 豐原高中 活動中心
2004/12/24（五）18:30	生命	南投縣集集鎮 集集國小 活動中心
2004/12/25（六）14:00	生命	南投縣鹿谷鄉 內湖國小 視聽教室
2004/12/31（五）18:30	生命	台中縣谷關 龍谷大飯店 活動大廳
2005/1/1（六）13:00 16:00 19:00 2005/1/2（日）13:00 16:00	生命 梅子的滋味 天下第一家 部落之音 生命	九二一地震教育園區影像館 台中縣霧峰鄉坑口村中正路46號 （原光復國中校址） Tel：04-23390906
2005/1/8（六）14:00 19:00 2005/1/9（日）14:00 19:00	部落之音 梅子的滋味 生命 天下第一家	魚池國小活動中心 南投縣魚池鄉魚池村瓊文巷41號 Tel：049-2895537
2005/ 1/14（五）18:30 2005/ 1/15（六）13:00 16:00 18:30	生命 梅子的滋味 三叉坑 生命	埔里宏仁國中　活動中心 南投縣埔里鎮東門里公園路20號 Tel：049-2982548
2005/1/21（五）18:30	生命	東勢高工大禮堂 台中縣東勢鎮東崎街319號 Tel：04-25872136
2005/1/22（六）18:30 2005/1/23（日）10:00 13:00 16:00	生命 梅子的滋味 三叉坑 生命	台中縣立文化中心 演藝廳 台中縣豐原市圓環東路782 Tel：04-25260136
2005/1/29（六）13:30 18:30 2005/1/30（日）10:00 13:30 16:00	天下第一家 三叉坑 生命 部落之音 梅子的滋味 生命	中興新村省政資料館國際會議廳 南投市中興新村中正路二號 Tel：049-2350530

郭力昕

當紀錄片成為新的教堂——試論《生命》及其文化現象

「全景映象季」裡的主打作品、吳乙峰導演的《生命》，在秋天的台北與全島，紅紅火火的被促銷成一樁藝文節慶，不讓成功地推銷了左翼作家陳映眞的雲門舞集專美於前，也讓拼命在藝文娛樂版上密集促銷的「眞善美」音樂劇相對失色。



一個紀錄庶民生活情境的系列作品映演，能夠得到企業贊助、媒體支持、甚至邀到政治人物插花站台比賽掉淚，對台灣萎靡的電影生態，也許可以是個好事；但前提是，作品本身若足夠深刻，能在它的包裝與促銷策略裡，免於本末倒置地將策略變成主旨。

《生命》上映前後，從影評人到媒體人、從企業領袖到政治領袖、從現場觀眾到網路留言，幾乎全面的讚美、感動、流淚，眾口一聲地頌揚此作。我從報紙與網路能夠蒐集到的帶有批評意見的文字，不超過四篇。但是，容我犯眾怒的說，我認爲《生命》是一部存有許多問題與爭議的紀錄作品，它不應該在缺乏充分討論之前，就像一座教堂般的被膜拜。

社會名流們跟著感覺走、各自作文以參與節慶，並不讓人意外。但是一些素來讓我尊敬信服的影評人，也跟著人云亦云，則令人困惑：以他們的專業素養，不可能看不到這部作品裡的許多問題，卻或吝於批評，或雖指出、又用各種善意的說詞來合理化這些問題。但是，台灣的紀錄片文化，眞的需要這種方式的呵護以扶持、壯大？還是一部得了日本山形影展與法國南特影展獎項的作品，就可以取得被仔細檢視的豁免權？

在這篇文字裡，我試著針對《生命》這部特定作品的文本作一些評析。我必須先強調，此文對《生命》的批評，並不自動適用於「全景映象季」的其他作品；這些批評意見，也不能抵銷吳導演、與特別是「全景」團隊的其他成員，十幾年來在推動紀錄片創作與教學上應得的肯定。此外，如果我認爲紀錄片工作者不應擺出道德上高於其拍攝對象的指導者姿

態（如我稍後的舉例評論），則評論者也沒有任何高於創作者的發言位置：我期待相識了十幾年的吳乙峰、全景的朋友、以及其他參與了觀賞和書寫此作的人，能夠對本文無法苟同之處，進行反駁與論爭。

回到作品本身。我試從題材、技術與道德等三個面向，進行對此片的討論。首先，《生命》選材的角度，是吳乙峰成爲風格與慣性的「人」的故事，而非九二一震災裡的結構性問題或現象。當映像季的另一部作品、李中旺導演的《部落之音》，願意挑比較困難棘手的題材，將原住民部落裡因爲爭奪賑災資源所產生的人的矛盾、衝突與不堪，貼近地呈現出來時（郭笑芸的《梅子的滋味》也呈現了中央政府與地方之間的各種矛盾），《生命》選擇了幾個遭遇令人不忍的人物個案，當做觀眾的感動與砥礪材料。紀錄地震災難的角度，當然不只一端；拍攝災難中受害者的辛苦生命與韌性，做爲觀者深刻認識生命之複雜、與取得勇氣的來源，一樣有價值。但是，遭遇各不相同的生命情境，不能被簡化、齊一化的對待，否則會是另一種失之輕率、廉價的對待（他人）生命的態度，並有可能造成剝削。

以平凡人物、庶民生活爲題材，十多年來儼然成爲台灣紀錄片的大宗與最大「正確方向」。生活底層的人物，固然是商業媒體不屑一顧、或暴力地剝削的對象，但是站在非主流位置的紀錄片，不必然免於剝削題材之虞（此點我稍後會討論）。此外，被攝題材本身具有的感人故事與情境，和創作者處理題材的能力（使題材產生的撞擊力更強），不能混爲一談，必須要透過對作品的仔細分析，以確認感動究竟來自何處。

其次，在拍攝的技術上，《生命》展現了一些精彩的片段，也呈現了不足。當喪失次女的張國揚、吳玉梅夫婦，創造新的生命時，他們在產房中的安靜對話是動人的；周明純、明芳姊妹在訪談時，對失去家人後，工作賺錢感到喪失意義的講話，令人動容。這些是吳導演掌握得極好的部分，也是他的擅長與敏銳之處。

不過，做爲一部拍了三年的片子、一個「吳式風格」的長期蹲點跟拍的代表作，《生命》在爲數不多的場景裡，也沒有拍出太多生活中的影像材料；許多的內容是靠訪談、字幕、與虛擬的和友人對話的旁白來填補。例如，日本地鐵裡潘順義陷入思緒的同一個乘車場景，可以分剪在兩個不同的串場點裡。或者，一些應該是相當重要的場景，也缺乏影像；例如，潘順義、張美琴夫婦要回日本當天，怪手卻在他們每日坐著的帳棚位置挖到張國揚女兒的遺體；但是這個時刻與情境，完全沒有畫面。如果作者當時剛好不在九份二山的災難現場，只要人與器材在附近，且隨時與被攝對象保持著很好的聯繫，都還是可以及時趕到。雖然，畫面或場景多不必然

代表品質，但是一個宣稱歷經數年、累積無數素材的「影像」作品，卻需要大量旁白與字幕支撐，何故？（然而，許多談論者不謀影片細節，都跟著宣傳文句覆誦「這是耐心跟拍長達四年的紀錄片」。）

最後，關於此片創作上的道德議題，也是它最有問題的部分。關於這個面向，我再分三個部分討論：其一，關於「強迫性的感動」；其二，導演介入題材與影片中的問題；其三，關於紀錄片導演的角色。對於第一點，它是我看完全片的第一個總結感受。相對商業媒體於九二一地震後、到災區進行的暴力性影像與情緒掠奪，吳乙峰當然不齒爲之。《生命》超過兩小時的陳述，讓觀影大眾感動不已。但若分析一下作品的幾個特質，可以瞭解這樣的感動，許多是強迫性的效果：四組取材對象，有兩組就是幾乎全家皆亡的悲慘情境；訪談的提問儘管溫和體貼，仍不可避免的會觸及被攝者的不堪情境與情緒，而使觀者不得不跟著掉淚（雖然我相信導演避免灑狗血、可能已經將許多受訪者哭得更慘的畫面捨而不用了）；然後，導演要求幾位拍攝對象寫給罹難家人的信，也是影片最後創造的一場「感動設計」（吳玉梅給女兒維維的信裡說，「吳叔叔昨天打電話來，叫我給妳寫封信…」）。若實在有興趣提供感動訊息的話，應該想辦法從被攝者的生活材料裡提煉、編輯，爲何要刻意設計、製造？

關於第二點，導演特意跑到鏡頭前，成爲題材的一部份，並介入被攝者的情緒之中，或在作品中置入拍片者反省紀錄片的訊息，都是吳乙峰習用的手法，也是所謂「吳式風格」的幾個標記。紀錄片導演要現身鏡頭前或隱藏於後，並無成規，前者亦不必然可議；但是當太多的筆墨放在導演自己身上，無論是協助者或自省者，也有可能流於矯情或自我中心。例如，在貫穿全片的與1987年已過世的王姓友人之「對話」設計的自問自答裡，吳乙峰不時表達自己對拍紀錄片這件事的反省與掙扎。我以爲，比較上乘的反省，展示在紀錄者與被攝者之間複雜微妙之情境或情緒的充分體現與誠懇對待，也就夠了；觀者自己會從影片中接收到紀錄者的掙扎與反省訊息。李道明教授在〈生命的滋味〉裡，論及吳乙峰過於急切的想要替觀眾定位生命的意義、規範閱讀的方式，是個中肯的批評。

談到急切，可以連結到此作之道德問題的第三點：紀錄片與其創作者的角色，究竟該是什麼？「映象季」專刊的「開場故事」裡描述，震災之後，全景的同仁聚首思考能爲災難做些什麼時，結論是：「我們專長就是拍片！」因此，不同於林懷民的「雲門舞集」當年發動舞者到災區幫忙搬運賑災物資等激情做法，吳乙峰與全景的伙伴拿起攝影機進行紀錄。但是，在《生命》裡，我看到的吳乙峰，是汲汲於做爲拍攝對象的心理輔導師與道德教誨者，而不那麼是紀錄者。專刊中說，「我們拿著攝影機的

人，不斷被土地、被民眾所教育」；但是這部影片裡，我看到的則正好相反。

最明顯的例子，是當導演擔心當年即將大學畢業、卻遭遇除二哥之外全家七口罹難之橫禍的羅佩如小姐，因常興自殺念頭，而斥責她的一段。導演責怪羅小姐不該在地震一年後仍陷溺於情緒泥沼裡，對兄嫂氣憤、有報復心理，或想自殺、要以吳的影像當遺書等等；導演並告以自己父親長期中風於宜蘭尚無時間照顧，卻花了更多精神在幾位紀錄對象上。在羅小姐聞畢淚流滿面、極爲苦楚的鏡頭下，我感到難堪。吳乙峰的急切與斥責，肯定出自想要搶救靈魂的焦急與美意；然而，一個紀錄片導演，有什麼道德位置、或誰賦予的權力，可以去指責一位極度重創者，不可以繼續「沈溺」於自己的現狀、或對未來六神無主？對於這樣的巨大創痛，不在這痛苦裡的人，是否可以規定「一年的難過期已經夠長，時間到、該振作了」？我們如何能測量一個瞬間失去七位家人之受害者的心理狀態與創傷程度，並且要求她按照拍片者需要的「工作進度」進行自我拯救？

況且，對這些已經遭逢巨大不幸的人，紀錄者與攝影機的進入生活空間，不論表現了多少的體貼與協助意願，都同時也必然是一種闖入者與打擾者。我們因此也應該思考，是否羅佩如對被紀錄這件事的舉棋不定，正是一方面孤獨無助的希望有人關心、有訴說對象，另一方面又怕攝影機與曝光於公眾的矛盾心理。以及，爲何鏡頭前看起來健康勇敢的周姓姊妹，後來不想跟這樣關心、鼓勵她們的紀錄小組聯絡了？爲什麼在吳玉梅寫給罹難女兒的信裡說，「爸媽不是不想妳，而是我們不想捲入思念的辛苦裡……」？大家期待這些受害者快快振作，勇敢面對傷痛，以鼓舞「我們」的生命，當他們各自的生命現狀，可能必須先努力試著「忘記」傷痛以面對繼續存活這件事，或者需要經歷更長的挫敗狀態、才能點滴的恢復（還不見得眞正恢復的了）。因此，他們有什麼義務，在自身難保、極度困頓之際，還要被期待成爲全國觀眾感動、流淚的勵志材料？

蘇珊・桑塔格在《旁觀他人之痛苦》裡，論及戰爭攝影創造了一種「虛幻的共識」，也就是當觀者震驚於這類題材的影像，他們遂集體自我正義的譴責照片中呈現的殘酷，之後，又紛紛轉移到其他的注意上。她說，「當觀看主體在凝視他人之痛時，這主詞絕不能理所當然的稱之爲『我們』。」也就是說，觀看別人的傷痛時，觀者不需急著要匯聚出一種閱讀上或情緒上的一致經驗與反應方式（例如「同聲譴責」，或「集體落淚」），而形成一種虛矯的「我們」。

五年前的九二一地震，與今天的《生命》經驗，則在台灣生產了一種「感動的共識」：五年前的災後，社會上的愛心論述大盛行，全國的倖免於

難者，在集體的罪惡感之中紛紛捐款賑災；五年後《生命》的觀眾看片之後，又一次集體的流淚、感到罪惡，爭相呼喊「我們能做些什麼」。當影像節慶與集體感動的儀式結束時，想「做些什麼」的「我們」，是否又將很快的離開這些生命故事，到其他的感動事件、與各自的重複生活軌道之中？若此，則這「感動」的意義是什麼？

紀錄片不是一間告解室，不是爲了讓人走進來買一張贖罪券。只有當紀錄片能夠做敏銳進步的提問，或者在無論結構性的問題或人性與情緒之複雜性上，讓人們獲得深刻一層的認識時，它才能夠開始產生具有救贖意義的感動、和具有政治意義的行動。消費性的感動，無論那淚水在當下是多麼認眞，常弔詭的只會帶來對結構性問題更大的漠然與冷酷。

吳乙峰的《生命》，於此遂提供了做爲台灣社會一面鏡子的價值：五年前的地震，震出了台灣呼天搶地的感動論述；五年後，感動論述在這個社會繼續盛行不輟，且猶有甚之。在社會與文化的分析上，我們應該追問：爲什麼？

（本文原刊於中國時報「人間」副刊，2004.10.12.）

林盈志　訪問整理

可愛小狗掀起的旋風——《再見了，可魯》發行商黃茂昌專訪

問：台灣的電影業自九〇年代之後就一直不景氣，爲何您會走向發行、製片這條道路？

簡單的講，因爲我非常喜歡電影。我並非電影科系出身，而是念土木系的，大學時因爲對電影的興趣，便買了VHS的攝影機，第一次就拍了一個小時的劇情片，因爲我自己一直喜歡講故事。退伍後，我對土木完全沒興趣，於是到美國花了很長一段時間念電影——從美國電影學院念到哥倫比亞大學，直到1998年回到台灣嘉禾投入電影事業。

至於爲何會選擇投入電影發行這條路？我到美國先是學習導演，後來才轉念製片，雖然製片與發行是不同的行當，卻是一體兩面的事，兩件事仍有相關——因爲拍片時就要考慮到資金回收問題，資金如何從右手出去就要知道哪些從左手進來。在學習期間從一位在好萊塢工作的老師學到不少發行、產銷的觀念，在遇見這位老師之前，我從未那麼宏觀地看待電影市場，因爲過去只注意到導演、編劇等創作面，製片則屬於經營面。

後來在美國工作一段時間後有了較多實務經驗，更明白好萊塢之所以能這麼地壯大，其實有一定的邏輯、經營技巧與方式。此時自己也逐漸有了點心得，便開始以台灣的電影狀況爲對象，思考台灣的電影市場、政策等現象，有時看到國內電影創作者與片商間壁壘分明的對立狀況，總覺得不是很正確，因此偶爾會在台灣的報紙上寫些文章提出針砭。

但回國後，國內製片業也不發達，便順理成章地投入發行產業，雖然國內的電影市場十分不景氣，但基於對電影的熱愛，以及個人認爲台灣目前正欠缺這種以較爲宏觀、整體地看待電影商業市場的部份，才投入電影

發行這個行業，而也因爲沒有太多國片可發行，只好作外片發行。

問：您從事電影業抱負爲何？您在影片挑選上有無特殊的傾向？

國內大部分的片商都有一定的傾向：如雷公電影公司就很少會去發行限制級的影片、聯影則多引進具爭議性的藝術片等等。

我常在思考我與其他片商不同處在哪裡？我認爲我的類型是比較多元化的。至於爲何會如此？我想跟我的個人喜好是有關，我比較喜歡作跟別人比較不一樣的東西，就像《再見了，可魯》這樣的影片在過去未必有人願意發行。而我也並未刻意將自己特別定型在僅發行一類的影片上，於是我可以發行像《多古拉之歌》這類在商業上非常失敗的電影、也可以發行像《無法無天》這種介於商業與藝術間的影片、也可以引進泰國的鬼片、或是幫《拳霸》這類純商業片作宣傳……。

而我自己當老闆作電影發行，選片的原則永遠會基於兩個因素：1.我到底有沒有那麼多的資金、周轉金？2.我有沒有那麼大的開拓市場能力？舉例來說，即使我知道《魔戒》這部影片絕對會賺錢，但我得先考量有沒有那麼多的資金可以周轉預付、有沒有能力去排全國一百多個戲院？或找到搭檔來配合？考量後很顯然我沒有這個能力，所以我不會去考慮引進這種三、四十萬美金以上的片子——即使現在的擁有較多的資金，仍然不會去考慮這類影片，因爲我們在市場的佔有率還是非常小。

我通常在影片發行的風險管理是這樣子的：80%以保本爲目的，20%是有潛力可能增加額外收入的，這也就是爲什麼我會去發行《多古拉之歌》的原因：一方面這部影片很便宜，我想只要幾千塊美金爲何不試著發行看看？；第二它的風格很特別；再加上我在5月份影片未殺青時，就已經先跟金馬獎談妥將《多古拉之歌》當作開幕片——最後事實證明我錯了，因爲《多古拉之歌》並無法引起很多人的共鳴、毀譽參半。像這些都是我在判斷發行影片過程中會考慮的一點，即使影片不賣錢，我也不至於賠得欠下一屁股債。

但是有一點，我很少去考慮一部影片是否是藝術這件事，但一定要是好東西，我並不會去發行像《大章魚》、《大鱷魚》那種雖然有話題但品質並不是太精良的影片，因爲這種影片要花很多的宣傳費。而這基本上是去騙觀眾進影院，我不大會去操作這種東西，基本上我認爲發行的精神是在引導觀眾、取悅觀眾—引導觀眾進戲院並在消費後，告訴我們他很滿意我們的商品，這也是我們的成就感所來。

我很喜歡參加自己辦的試片，尤其是針對一般觀眾所辦的，以《再見了，可魯》來說總共辦了三十幾場，我總共去了十五場左右，雖然我不一

定會從頭到尾看完，但我總會挑那一特別的時間點去看觀眾的反應，雖然到後來我已經很確定在那個時候觀眾會有什麼樣的反應：例如感動到哭，其實我就是想看觀眾哭，而每次從這樣的反應，我就能得到一些快樂、成就。

再舉一個例子《紫蝴蝶》，它的票房跟錄影帶都很不理想，但爲什麼我會買這部影片呢？先撇開我與婁燁的情誼不談，只有一個原因一它是章子怡主演的，於是電視版權是我主要的收入來源，由於在買之前我就已經將電視版權談定，算過之後確定風險不會太大，所以我就決定發行了。

所以只要一部影片風險不會太大、有一定的潛力或是非常喜愛我才會去發行。因爲發行一部影片，要花的時間非常長，短則三、四個月，長則二年，如果要跟一個您不喜歡又沒有商業價值的東西相處那麼長的時間，一定很痛苦，所以我發行的每部影片都很有特色，我覺得有特色是件重要的事，潮流畢竟一直在改變，如何找到新的特色，我個人覺得比較重要。像在《再見了，可魯》之前已經很久沒這類的片子，可是《再見了，可魯》之後就馬上有人引進像《莎呦娜拉，小黑》，但相較之下，《小黑》的特色就會少了很多，即使那部影拍得片也不錯、在票房也會有一定的水準，但總有狗尾續貂之感，很難達到「第一部」所引發的風潮。

回首返台這六年，自己有時會感到蠻驕傲的，似乎做了不少事一是否有實際的獲利或成就並不重要，但至少台灣幾件具開創性的事情，大多參與到了，而且起碼給了消費者一些新的想法與印象。

對我而言，其實每部片子都一樣，例如我現在發行《企鵝寶寶》，我要給觀眾什麼東西、得到什麼樣的反應？假如結果跟我事先判斷的一樣，那麼我就覺得成功了。所以楚浮與岩井俊二兩位導演的影展，基本上他也能打動人心，也有特殊的包裝方式，我在發行的時候就時考慮到他到底能不能讓我說服觀眾，當時「楚浮影展」結束後，我還在盤算法國新浪潮似乎還有一些話題可以發揮，我便考慮其他新浪潮導演的作品能不能作呢？於是我想到高達，但考慮之後還是作罷，並非高達作品不好，而是高達的作品不容易親近觀眾、說服觀眾。例如「聯影」在片商中他所發行的影片藝術成分比我高很多，但像他大部分的影片基本上我都不會去考慮發行，因爲我很難說服大部分的觀眾，告訴他們這些影片其中的快樂在哪裡？

會去作楚浮與岩井俊二影展，是因爲我看到它有商業上的賣點，像楚浮的電影其實就是愛情故事、三角戀，對那個年代的人來說或許也就跟現在的八點檔差不多，他講情感面的東西是一般人可以共鳴的，其所呈現出來的法國氛圍、岩井俊二所呈現出來的日本氛圍，於是我覺得這個影展可以作。

再舉個例子，隨著足球賽與「金磚四國」等媒體報導，大家逐漸會對

巴西有所想像，所以巴西慢慢地也有可能成爲可被包裝的東西。於是巴黎、日本、俄羅斯都可以被包裝，像今年台北電影節就以俄羅斯爲訴求，我也會看觀眾如何去想像俄羅斯PERSIVE，所以我的重點一直在找尋流行的脈絡、觀眾怎麼去看待某一個東西，我喜歡去嘗試不一樣的東西。所以我去參加影展的時候總會想看看阿根廷、南非有哪些影片－其實南非的影片拍得非常好，但目前台灣的觀眾會認爲南非電影有什麼好看，例如十年前大家對伊朗電影也沒有興趣，甚至幾年前韓國片並不盛行，但慢慢地，趨勢已經在改變。但是我在嘗試不一樣的東西時有一個前提，我不會去作那種超過40萬美金、風險很高的東西，我寧願保持較大的機動性，所以我儘量將公司的員額與辦公室控制得很小，不像華納公司光辦公室一個月的租金就要超過一百萬，畢竟我們公司跟八大的LEVEL不同，於是當他們具備這樣的規模的時候，他們就沒有精神與時間去看阿根廷、非洲有哪些影片，因此他們也就永遠看不到我所看到的東西，這也就是他們很好奇爲什麼我會找到《再見了，可魯》或《企鵝寶寶》這樣的片子，所以找到一些八大公司沒發現到的好作品，這也是我的樂趣所在。

問：您在引進影片時會有觀眾層的設定的分眾想法嗎？

不同的片子會有不同的觀眾層，統而言之，電影的觀眾層基本上是以青少年、大學生爲主，所以今天我必須確定這部片子能吸引他們——例如愛情就是針對大學生，像《再見了，可魯》與《企鵝寶寶》等一些可愛的片子就是大小通吃的。我就不會去發行《秋天裡的春光》，但是，這部片子爲什麼會成功我也不知道，像《WHISKY》去年得了費比西獎非常有藝術價值的片子，在我的觀念裡就覺得年輕人並不會去看這類的片子，甚至老年人可能也不會去看。我個人比較少去接觸年紀比較大的人才會有感觸的片子，但實際上並沒有所謂銀髮族的電影－這也並非戲裡面主角是老年人的問題，而是影片訴求對象的問題。有人會問我是不是會把國泰電懋的片子像楚浮影展一樣的重新包裝，吸引很多老年人去看？我就覺得很難。

像《無米樂》裡頭有一些關於種田、以及辛苦的上一代的內容，就有個宣傳口號叫「帶你爸媽進戲院」，但對我而言，這樣的宣傳策略並非很正確，因爲要去期待銀髮族進戲院，是件很難的事，除非自己很受感動去看。如果硬要說我有沒有市場的區隔的話，我只能說某些片子有它的既定觀眾，所以有些片子我會在報紙大打廣告，有些片子像《紫蝴蝶》我就只會在《破報》作個專訪，而不多作宣傳，這方面我的大小、區隔是蠻清楚的，像《多古拉之歌》一開始我就有一種大勢已去的感覺，因爲我跟人介紹了半天卻沒有人有反應，像這樣的影片我就不會花大錢去作宣傳。

問：能否談談「楚浮影展」與「岩井俊二回顧展」這兩個老片的包裹行銷？

談到「楚浮影展」是件有趣的事：因爲對楚浮有興趣的人其實都在其他管道看過這些影片，但未必在影院中看過楚浮的電影，於是我思考如何吸引觀眾來看「楚浮影展」，後來我發現很多人都喜歡楚浮，而且這些人都正好是三十、四十歲，也正好是所謂掌控媒體的opinion leader，我就先搞了個很有噱頭的「百大名家推薦」，於是楚浮是成功的。就像《天邊一朵雲》還沒上映，我們就可以預知它在商業上會成功，因爲它的awareness（能見度）與知名度已經非常高。當時《再見了，可魯》也是這樣，一些從不看電影的人——連麵攤的老闆都會跟我要電影票，當發生這個情形的時候，即使觀眾不喜歡這部電影，它還是有一定的票房水平。

問：您引進「可魯」的動機爲何？該片的成功原因爲何？

首先，《再見了，可魯》小說本身在台灣一開始就已經賣出十萬本，所以我們估算應該有二十萬人看過這本書，加上我到網路上的留言版瀏覽，它在上面的留言是最多的，甚至超過幾米、王文華等暢銷書，而留言多則表示受感動的人並願意將之與大家分享很多，於是這樣的影片其所產生的話題性與效果就很大，如我之前所說，當商品成爲一個話題的時候，整個票房的聲勢也就很容易地被帶起來，所以我《再見了，可魯》只要有小說讀者十分之一的人來看電影，就有二萬名觀眾了，於是一開始的時候我對這部影片的期待就頗高，而後來又大家都有興趣，加上很多戲院都找我要辦特映、不斷地從市場得到回饋，於是開始改變我的想法—決定再追加宣傳的預算與拷貝，直到上映前三天我又加了五個拷貝，所以這已經超乎我原先的預期。

至於《再見了，可魯》之所以能在這麼多戲院放映的原因，最主要是華納是我的PARTNER（伙伴），而華納會是我伙伴的原因，並非是因爲我，而是因爲這部片子加上華納的院線時間剛好有空檔等等……諸多個人無法操作的因素，才使這件事得以做出來。華納影城也並非一開始就參與《再見了，可魯》，最初還蠻難說服華納，華納認爲一部小成本、講狗的電影並沒有太大的潛力；直到最後整個聲勢起來後，華納兄弟的業務就建議正在猶豫的華納威秀，可以看看《再

見了，可魯》的預售票是同一檔上映的《超人》的幾倍？後來一查是《超人》的四倍，華納威秀便感興趣了，於是整個片子的發行就像滾雪球一樣，越滾越大。

問：雖然《再見了，可魯》的聲勢非常浩大，但是同樣的，盜版似乎也十分猖獗？

《再見了，可魯》的口碑雖然不錯，但是賣座下滑率也非常明顯，幾乎是以50%在下滑，最主要的原因就是盜版，第一個禮拜光台北市賣座就能衝到一千七百萬，當然這些觀眾裡面有一半並非是我事先預期的，但第二週則開始就有人等不及，於是從光碟、網路下載…… 到處都看得到，最有趣的是日本松竹的人到中山北路按摩的時候，都可以看到《再見了，可魯》，所以當盜版誇張到這種程度的時候，就沒有辦法了，否則如果一切按我們所預計的：台北有六、七千萬，依此類推，全省就該有上億了！但實際上只賣到九千萬而已，所以盜版對《再見了，可魯》的票房影響非常大，甚至影響了後來DVD的發行。至於爲何會有這樣的情形發生？主要的原因應該是我跟香港沒有同步發行，以致於我宣傳作得越大，盜版的收益越多，粗略估計盜版大概有二、三千萬的收入。但是大部分的「盜版」並不在於非法業者的壓製販賣，而是消費者自身非商業性的重製、當作禮品來餽贈，於是它的散佈與複製速度，是以老鼠會式的平方倍增傳播，它對票房的傷害，遠遠超過非法業者的販售，而這部份又不似有營利行爲的盜版業者一可以叫警察去抓。雖然我當初就預期會有盜版的發生，但是沒想到會這麼嚴重，我想最大的原因是因爲平行輸入，雖然平行輸入僅二千多張DVD，但最後可能會產生二十多萬張DVD的流量，而這方面在法律上是個模糊地帶，很多人不會刻意去網路下載或買盜版，但只要有朋友送他，他就會看，這東西就跟瞭美鳳光碟一般，這方面華人的養成概念比較差，而這部分也只能靠消費者自己觀念與道德感去約束，很難防備，唯一的方法就是儘量將自己的上映時間跟國外同步，這也是現在很多像《功夫》等大片選擇全球同步放映的原因。

我覺得面對盜版，我除了說儘量同步放映、政府在法令部分需持續宣導與改善外。在執行上，目前的法規上仍有一些問題——主管智慧財產權的團隊人力不夠、法令仍很多有曖昧的灰色地帶，以致於在查緝盜版時就有很多顧絆，無法像查緝黃賭毒一樣的快速。而即使我們今天查緝到對智慧財產權侵權行爲時，著作財產權訴訟案件，也不應像一般的民事財產問題處理一東西損壞了，打官司過了半年判決下來賠償即可。智慧財產是有時效性的，當一件智慧財產權商品一旦被侵害，過幾天這樣商品的價值可

能就喪失殆盡了，而我們再去打這個官司也沒有用了——假如我們現在處理Window 95的侵權賠償問題還有用嗎？所以對智慧財產的侵權案並不能採取過去處理一般民事侵權的程序處理。

處理智慧財產權侵權行爲還有一件棘手的事——例如現在到大學宿舍裡，打開任何一台電腦，裡頭肯定多少會有一些非法的東西，但是今天警察能不能去打開學生的電腦？他不能。以成大MP3事件，就是個問題一隱私權與著作權之間的角力。於是我們要向警察申請處理、逮捕盜版的時候，卻反而要先舉證自己爲《再見了，可魯》的所有權人以及對方侵權的事實，並且證明我們是以合法的方式得知他在盜版。如此一來，我們喪失了許多處理侵害智慧財產權的時效與動力。

問：除了影片本身、宣傳與口碑外，您認爲對電影票房影響較大的原因有哪些？

其實我認爲SARS對電影營收的影響還好，反倒是一些突發事件——例如我原本可能看好這個週末應該戲院票房會不錯，可偏偏遇上中華成棒打入世界前三名，即將爭奪冠亞軍，那肯定大家都會待在家裡看電視，這種突發事件對票房肯定會有影響，而且是不可預期的。雖然選舉與樂透開獎也會影響，但畢竟這是可預期的。

問：通常言，在台灣從事發行工作商大多是屬於獲利較高而且低風險的狀況，製片業反而是虧損或微利的，爲何您會想要投拍影片呢？

雖然以台灣的電影環境來講，製片的風險與變數最大。但我想製片才是我的本行，現在由於環境逐漸在改變——政府的輔導、商業片逐漸受到重視、市場的轉型以及我多年在業界累積的關係等條件都比較成熟了，所以我覺得該回到我本行的時候了。但製片跟我作發行是一樣的，我也會考量得很清楚：我有多少錢、能拍怎麼樣的影片、是否有特色、能否吸引觀眾，全盤考慮後才會決定去作。像目前這部輔導金的影片，其實它並不是那麼商業，但是覺得導演有才華加上輔導金的援助，因此我會覺得可以一試。

我覺得發行是一個門檻並不高的行業——一個年輕人對電影有興趣，想代理一部片子，只要有一小筆錢，就可以進入這個行業了，以前景娛樂來說，當初也是我向銀行借了一百萬才成立的。可是進入製片業在資金與技術上的門檻又更高了，而這才是眞正的價值所在，拍片版權永久是自己的，《再見了，可魯》不管再怎麼紅，大部分的錢還是要分給日本，七年

後該片跟我一點瓜葛也沒有，永遠是一種過路財神的感覺，我的工作只是在幫這部片子加值而已。如果是自己拍片，整部影片的價值是由我們自己創造來的，追求價值是我們一定要作的——而這也是我比美國八大台灣分公司強的地方，八大再強也不會在台灣拍片，所以我在這行業雖然辛苦，但又很值得慶幸——我不需要天天向好萊塢的老闆報告，每件事只要我覺得是對的、好的我就可以去作，所以我也儘量保持自己極高的機動性，一方面可以作發行、一方面可以作製片，這也是我的價值所在。

問：有句弔詭的話「這是個最壞的時代，也是最好的時代」對於電影發行、製片業者，是否如此？新聞局所新提出的十大電影利多政策，對您是否有所助益？

我回想這幾年新聞局的各式政策活動，我多多少少都有參與，如果說台灣現今在製片的氛圍有所改變，政府在推廣工作上是有成效的，所以像今天的「十大願景」或是「減稅措施」，都是以促使電影朝更多元或更具市場價值的方式發展爲目的，現在的輔導金制度已不再像過去單純的消化預算的時代——甚至他們找中生代的業界人士進行諮詢、舉辦大型的製片研討會，加上近兩年的片子如《十七歲的天空》等影片的出現，已經逐漸關心市場，不會只強調個人創作的風格，至少對市場的關心度已經逐漸在提升，眞的轉變蠻大的，我覺得將製作與產銷環節的制度與體系建立起來，是政府爾後更應關注的部分。

問：您們似乎也開始嘗試進行國際合作的部分？

其實並不是什麼大合作案，而是國家地理頻道在亞洲分部設在新加坡，但他們到很多國家拍了不少作品，主要是跟當地的製作團隊合作，由於過去他們沒到台灣拍攝過，於是新聞局覺得一來可以藉由這個機會爲台灣打廣告，畢竟這比自己拍廣告、買時段便宜多了，於是新聞局與國家地理頻道各出一半的錢，公開徵案。在八十幾個案子選四個案子，恰巧我們的提案被認同，所以我們就投拍《賽鴿》這個題材。實際上這個案子的預算並不高，而且我們無法擁有版權，但我們會去投案的原因主要是MAKING CREDIT，另外一個原因是我對賽鴿這個題材很感興趣，其實我在擬一個企畫的時候，絕對不是ONE SHOT，如果這個企畫不被國家地理頻道接受，我也可以想別的管道作，發展其它的機會。

問：在電影營銷上有所謂的EMT（entertainment marketing training）概念，也就是將電影的概念放進娛樂市場中，您將公司稱爲「娛樂

公司」的由來是否與此有關？

主要是我成立公司時覺得可以作三件事：發行、製片、活動，但是如果取名電影公司而去拍攝電視節目或從事與電影不直接相關的事會很奇怪；但我也不會想取個「工作室」之類很標榜藝術或個人風格的名字，我想儘量走向普羅大眾的。而我也想過今天獨立片商要走的路有二：1.一定要有國際視野：無論是發行或製片都一定要的，畢竟台灣的市場並不大；2.跨界整合：像《再見了，可魯》就跨越出版、唱片、電影、工藝幾個領域。於是取名爲「娛樂公司」就方便多了，今天就算我不搞電影了，（笑）想作模特兒經紀也可以啊！

項貽斐

美麗的憧憬，悲涼的失敗——《五月之戀》行銷策略檢討

去年暑假上映的《五月之戀》，雖然在行銷費用上花了上千萬元，無論在電視或公車廣告以及街頭海報，都可以看見《五月之戀》中男、女主角陳柏霖與劉亦菲的身影，但是該片票房卻慘遭滑鐵盧，台北市賣座僅有116萬元。以往國片不賣座，常將理由歸咎於行銷不力，但《五月之戀》的付出與收穫不成比例，也讓一手推動影片行銷宣傳的甲上娛樂總經理陳鴻元，重新檢視此一行銷策略究竟在哪裡出問題。

陳鴻元表示，當《五月之戀》的製片公司吉光電影在籌備階段就和曾發行過《花樣年華》等港片的甲上娛樂（當時名爲邁拓公司）接觸。陳鴻元在看過劇本後，認爲劇中有不少類型電影的商業元素，是一部青春純情浪漫愛情電影，因此同意合作，願意發行該片。吉光電影後來以《五月之戀》電影企劃案申請國片輔導金，並在當年以第二高分的1000萬元組輔導金企劃案順利入選。

由於在籌拍階段就已看過劇本，答應接下發行工作，因此陳鴻元與工作團隊在影片拍攝之前即開始著手宣傳策略，擬出影片不同階段的系列宣傳計畫，同時比照好萊塢電影模式，就影片中使用的商品，和廠商接洽置入性行銷的可能。

接下《五月之戀》行銷案之前，當年的邁拓公司是以發行西片爲主的發行商，對於台灣電影，尤其是從籌拍階段即開始介入行銷一事，幾乎沒有經驗，因此《五月之戀》可說是全新的摸索學習。由於劇本故事中，以兩岸年輕人藉由電子郵件展開跨海峽的戀情，片中年輕人經常使用的電腦、手機等，就成爲置入性行銷的重要商品，邁拓公司也順利地和以生產電腦、手機等產品爲主的BenQ科技公司合作，希望依循好萊塢電影模式，展開異業結盟。

邁拓公司從《五月之戀》開鏡起，就計畫以一個月一則的新聞能見度，讓影片在拍攝中期、殺青等階段，逐步打開知名度，並在上片前半

▲ 五月之戀電影海報

年，安排影片密集曝光。

《五月之戀》影片後製的最後階段，邁拓公司比照許多好萊塢電影舉行試片的方式，安排許多場內部測試的映演。其中以一般觀眾爲主的試映，是由網路上尋找對象，以大專院校的電影社團成員爲主，舉行兩場以10位觀眾爲焦點觀眾群的毛片試映。

因爲《五月之戀》的男主角和吉光電影公司前一部口碑不錯的影片《藍色大門》同樣是由青春偶像陳柏霖主演，加上《五》片也是以年輕族群爲主要訴求觀眾，因此在挑選《五》片的測試觀眾時，特別找看過《藍》片的觀眾，希望能從中比較反應差異，並以《藍》片的觀眾爲基礎，吸引更多人看《五》片，同時也希望《五》片至少能超越《藍》片在台北市的四百五十萬元票房。

根據各方的意見，《五月之戀》的導演徐小明前後將影片修改過5次。由於之前兩次以學生觀眾的試片中，一般反應都認爲《五》片和《藍色大門》的評價有一段距離，兩者相比，《五》片僅具娛樂效果，深刻度不

足，因此影片也再次重剪，直到試映觀眾認爲兩者差距不大才確定最後的版本。

按部就班宣傳的《五月之戀》，在影片開鏡、拍攝中與殺青階段均舉行記者會或主動發布新聞稿，並於農曆年前，也就是上映前半年，在戲院推出首支有如MV感覺的預告片。國片要在戲院推出預告片，往往比好萊塢電影困難許多，因此《五月之戀》的預告片能見度無法和好萊塢電影相提並論，不過邁拓公司認爲預告片的質感不錯，已經初步達到吸引觀眾的效果。

到了五月底，《五月之戀》的第二支預告片推出，內容以介紹該片故事爲主，希望透過男、女主角台灣帥哥陳柏霖與大陸美女劉亦菲的電子情書、網路戀愛吸引觀眾。測試看過預告片的觀眾，有百分之八十表示會想看電影。

《五月之戀》安排在去年七月十六日上映，六月開始，影片即展開一系列密集宣傳工作，並由以下幾個方面著手：

一、戲院：趁著六月初《哈利波特3》上片時，於戲院張貼《五月之戀》海報，接著立牌、掛旗、電視牆預告片等陸續登場。

二、發稿策略：以海報曝光、陳柏霖與劉亦菲的網戀、「五月天」石頭與陳柏霖在戲裡的兄弟之情、石頭與劉亦菲談首度拍電影心得等爲主題，發布新聞稿。並在六、七月號的電影、娛樂、時尚及綜合性雜誌安排陳柏霖專訪或是影片介紹專題。另外透過電視台娛樂新聞散發影片預告。

三、廣告：電視廣告先以60秒有如MV的廣告表現男、女主角的浪漫愛情；在上片前三天則以15秒廣告鎖定目標觀眾，提醒上片消息；電影製作特輯在影片上映後隨即安排在電視頻道播映。

報紙媒體先在六月七日至七月十五日於各大報電影預告版曝光。網路媒體則在雅虎交網網站刊登廣告，並提供贈品或試映會票券給PChome、Kingnet、Udnstars、飛行網等網站以及廣播電台辦活動。

戶外電視牆自六月十四日至七月十八日在西門町中影電視牆、華納威秀、士林夜市、微風美食街播放廣告預告片。

四、促銷活動：在電影書及滾石原聲帶等出版品中附贈電影折價券，吸引五月天歌迷進戲院。另由合作廠商提供贈品與華納威秀影城合作贈獎活動（例如：看《五月之戀》就有機會得到BenQ手機等）。

《五月之戀》的廣告費用共計約一千四百萬元，其中與廠商結盟的廣告刊登費用約八百萬元，片商自己也另外花費約六百萬元刊登廣告。一般片商的行銷費用大約是預估票房的三分之一，以《五月之戀》的宣傳規模而言，可說是國片難得一見的大手筆之作，但影片上映成績卻與當初預估數字相差一大截，陳鴻元在坦承失敗之餘，也檢討可能錯估的原因。

陳鴻元表示，行銷學上強調行銷產品的4P概念，即Product（產品）、Place（地方）、Price（價格）、Promotion（促銷），而《五月之戀》在地方、價格、促銷等方面都相當重視，但唯獨忘記了「產品」這一項，沒有想到該片究竟是給誰看，有誰有興趣看。

《五月之戀》的產品定位其實有問題，但無論製作者與發行者都未看到。由於現在電影市場的觀眾，幾乎是以35歲以下的年輕觀眾爲主，七年級生更是市場主流，但面對這些年輕的消費者，製片單位與發行商都未能找到與年輕人溝通的方式。

原本《五月之戀》由陳柏霖、劉亦菲以及在台灣、大陸都頗有知名度的「五月天」合唱團主唱石頭主演的組合，確實是瞄準年輕觀眾，但是影片主題——「兩岸年輕人交流、戀愛」，卻無法引起台灣觀眾共鳴。

陳鴻元認爲，從一開始就忽略了「兩岸戀情」的影片主題難以產生吸引力，是造成該片在行銷上使出全力卻鎩羽而歸的主因。由於兩岸分治已超過五十年，新一代的年輕人對於大陸幾乎沒有太多的嚮往憧憬，加上《五月之戀》主要內容在描述一位台灣帥哥透過網路認識一位大陸的美少女，於是展開通信，甚至追到對岸，因此影片的大陸色彩也更加強化。

從以往大陸電影（張藝謀的《英雄》、《十面埋伏》等因有大牌港星及古裝動作片等包裝所以除外）在台灣幾乎從未有好的票房表現來看，《五月之戀》一再強打台灣男孩陳柏霖與大陸女孩劉亦菲的愛情，無疑也讓觀眾覺得影片大陸味過濃，因此失去興趣。尤其對愛看文藝電影的年輕女學生而言，有什麼理由要進戲院看一個台灣帥哥，爲了一個大陸女孩，千里迢迢到遙遠的大陸東北？他們的戀情與台灣年輕人少了連結，也難認同。

陳鴻元舉電視劇爲例，凡是在台受歡迎的大陸劇如《雍正王朝》、《大宅門》等均是古裝劇或歷史劇，這是因爲台灣觀眾認爲大陸在處理類似歷史人文題材較深刻，不過涉及流行都會文化的現代題材電視劇卻始終沒有電視台願意引進。此外，像《大腕》、《天下無賊》等在大陸大賣的時裝喜劇片，在台灣票房卻慘不忍睹，也顯示目前大陸現代題材影視產品在台灣

缺乏市場。

對哈日、哈韓的台灣年輕觀眾而言，中國大陸並不具親切感、也非所「哈」的對象。七年級生過去少有觀賞台灣電影的經驗，一切均以好萊塢電影爲主，因爲沒有進戲院看國片的習慣，所以要讓這群觀眾進戲院看《五月之戀》這部兩岸合作的電影，首先必須做出該片與一般國片的差異，使觀眾覺得這是不一樣的國片。可惜，在所有的宣傳中卻一再主打「兩岸戀情」的主題，完全沒將影片與一般國片加以區隔開來。

最後，《五月之戀》的海報、預告片等文宣呈現的感覺太像偶像劇，也是造成影片賣座失敗的原因。因爲電影像一部偶像劇，觀眾自然覺得不必進戲院看電影，租DVD看看就行。而該片在最後試映問卷調查顯示，有一半的人認爲影片沒有《藍色大門》好看，願意推薦他人看該片的約只有六成，這些都可說是當初《五月之戀》密集宣傳時未注意到的重要危機。

王路易

大銀幕新舞臺——數位電影帶來的院線再生緣

在影像製作朝數位化發展的趨勢下，無論是老手或是新血，全世界踏上這條征途的影像創作者，可像是將舉辦巨型演唱會的歌手一般，殷殷地期待著那座可供一展才華的舞臺趕緊建構出來。經過近五年沸沸騰騰的喧嚷，目前以數位電影爲發展中心的專業團體，透過無數次的影展與硬體展銷會，各路英雄好漢正逐步進行業務合併與概念整合。

數位電影母片與拷貝

無論內容媒材是以35mm影片，電腦動畫 或DV/HD數位影像，目前電影的製作都是轉成HD規格（HDCAM, D-5 或 D-6），並在專業影像處理設備上進行後製工作，如Philips Spirit 或ITK Millennium等品牌的設備。通常在完成數位母片之前，尚要以投影的方式經過導演、攝影師及色彩校正師的檢驗，以調整出期望中的色彩、反差及明暗，然後再拷貝成不同格式的版本供戲院播放。

數位母片的HD解析度是1920 x 1080 畫素，以無壓縮的方式儲存動態影像，資訊量是每秒1.5G bytes，要以數位電影的放映方式，看起來好像只要複製母片，電影院只要在放映室中加裝可放HD的放影機，再接上數位投影機就可以了，但是就具規模的發行者、及戲院經營者的角度來看，可能就不是那麼容易。

專業的HD放影機，除了價位過高外，還無法具備電腦伺服機的功能，現代化的戲院希望能自動化，以提高電影放映的工作品質，放映室要變成有空調且充滿電腦介面的主控室，放映師只透過簡單的按鈕，就能輕鬆的下載數位影片到硬碟裡，透過網路伺服器分院映演，排片換片，甚至插入加映片或觀眾最討厭的廣告片等。爲了讓發行或傳輸符合經濟效率，數位母片必需經過壓縮後才能發行。最初主要片廠是採用MPEG-2爲基礎配上一些專利數位技術進行壓縮，但也就是在這個關節，諸多科技公司發現了新天地，推出不同但又不相容的壓縮與解壓縮系統，如QuVis、Qualcomm、Grass Valley Group及Microsoft的Windows Media 9，有的是獨立的專業公司，有的是國家政府支持的企業。此外，還有一群科技公司在此風潮下，紛紛推出整合當時最高解析度的2K投影技術，設計出數位電影放映系統，

推向電影院放映市場，各家的技術整合方式各異，又爲保留售後服務所帶來的龐大利潤，所以雖同是2K的解析度，除了數位影片的壓縮規格不相容，又加上放映系統的軟硬體不相容的問題，造成數位電影發行院線群雄割據的現象，互相爭取觀眾。

經過幾年的協調，現在，爲了減輕發行負擔，好萊塢主要片廠帶頭希望有統一的壓縮規格，以便簡單化數位發行，所以又出現了科技公司專門研發能接受不同壓縮配方的數位電影放映系統，如EVS Digital Cinema。

然而，有利就有弊，數位電影的盜版要比傳統電影容易得多了，當初主要片廠採用專利的壓縮技術，部份也是基於此因素。如果要推行通用性的數位電影標準，也就是說數位電影片可以在任何一家數位電影院放映的話，那麼新的加密或防盜設計即必須考慮採用了，現在考慮應用的有軟體加密或在數位放映機上加裝密碼卡等方式，用以管理數位電影片的映演場次或廳數。

新的院線整合與再生

過去五年的實證經驗與討論，在普遍以超16mm電影攝影機、DVCPRO及HDCAM爲工具的獨立製片界，十分能接受數位電影概念所提供的科技便利性，不若主要電影製片廠那麼深思熟慮又拖泥帶水。

在數位電影發展之初，風聲鶴唳的數位革命，是讓後起之秀能夠有崛起的機會，除了一群創作者及製片外，也有一群院線經營者紛紛加入市場開發，建立商務機制，以期佔有一席之地。許多以數位播放系統爲號召的新興片商積極成立新院線，各種窮變則通的嘗試齊出，比色情影片的社會地位高出許多的大量獨立製片內容，頓時成了值得商業開發的寶庫，在這般強烈的需求下，過去許多無緣上大銀幕的小成本電影，因而有機會進入發行管道在院線中放映。

在這個混亂的數位電影發展階段，院線經營者或科技公司採用許多經營策略，以協助戲院經營者願意採用特定規格的數位放映系統。如早期的Technicolor Digital Cinema構想以打折的方式替主要片廠數位化傳統電影，並替一千多家電影院安裝該公司整合的數位放映系統，所要求的回饋則是在電影票中抽取百分之十二的利潤。但是這套推展策略並未成功，主要是當時片廠不想當作白老鼠，傳統電影院不願被瓜分日益下降的票房利潤。

另外，如波音數位電影公司，則採用貸款的方式，讓戲院經營者購買該公司整合的數位放映系統，並透過該公司的伺服機提供加密的數位電影，如《星際大戰二部曲》之首輪映演，當時以此系統成立的院線共有26家電影院。

專門以數位方式放映各類獨立製片的Landmark公司，是北美地區早期進入數位電影放映的經營者，在12個地區共有大小電影院59家，其片源多來自世界各地的獨立製作者，此外，也透過HDFilm.net開發新的數位電影，並與勞伯瑞福掛帥的日舞影展（Sundance）合作，定期推出影展中的作品，以增加票房號召力。

另外，2005年在北美又有一條數位電影院線要成立，叫Digital Cinema Network，是以紐約爲展示中心，其院線的成立很特別，是幫博物館、表演藝術中心、科博館及老舊翻新的劇院架設數位放映系統，由該公司選片安排檔期與宣傳，全院線統一照進度放映，內容除了國內外的獨立製片外，尚包括各類電影節的作品，劇場表演或演奏會的紀錄片等。

Imax公司也於2005年初宣佈研發出新的數位電影技術DMR(Digital Re-Mastering Release)，可以將傳統的35mm影片數位化後，轉成立體電影，以符合其專有的大銀幕規格，如此一來，將可與高畫質家庭劇院爭奪觀眾的目光，因爲立體電影的欣賞必須戴上專門設計的眼鏡，即使數位影片被盜版了，在一般的家庭劇院中也是無法享受身歷其境的立體影音效果。目前，在影片類型的優先選擇是以英雄動作片爲主。據Imax宣稱轉換傳統35mm電影到立體電影，每部大約得耗時六至十週，花費五百萬到八百萬美元的製作費。

設於愛爾蘭的Avica Europe採用自行研發的電影放映系統，宣稱可以放映任何格式的數位電影，並在愛爾蘭境內將五百間的電影院裝上數位放映設備，有了數位電影格式的相容性，其片源就不虞缺乏了。

不過，這些爲數位電影發行所做的努力，看在好萊塢的電影大佬眼中，卻不是那麼一條康莊大道；Disney, Fox, MGM, Paramount, Sony Pictures Entertainment, Universal and Warner Bros共同投資成立的數位電影諮詢公司DCI並不接受妥協，也不支持降低畫質以求映演的事實，爲了正式取代傳統電影的膠片，要求4K的放映畫質及RGB的數位檔案、多軌字幕、高傳眞的聲軌及妥善的產權保護設計，成了新的標準制定目標，以區格出目前以HDTV爲基礎的數位電影發展方向。

正當全球各地積極的推展以2K爲標準的數位電影院線時，SONY宣稱應DCI之規格標準，在2004年十月推出具有4K(4096 X 2160)影像畫質的數位放映原型機，這部以名爲SXRD(Silicon X-tal Reflective Display)的技術開發出來的數位放映機（如右圖），有別於DLP的微形反射鏡，是以改良式的高精密度液晶面板

SONY SXRD Projector - SRX-R110

呈現數位影像，透過1萬流明的強光，可以放映出十五公尺寬的大銀幕。Landmark公司在接到訊息後沒多久，立即宣佈訂購了六部此款數位電影放映機，並於2005年的夏季，推展到其院線中，看來獨立製片界在數位電影發行上的腳步，超躍了傳統主要片廠。

家庭劇院的另類院線

不難理解好萊塢電影界對於數位電影的發行裹足不前，是有其隱憂之處，深怕過去區隔出的電影發行市場，如首輪院線、二輪院線、家用錄影DVD及電視版權等利潤，會遭數位化整合而縮水。然而，對於新成立的院線來說，尤其是以獨立製片內容爲主的院線，並沒有這樣的顧慮，除了積極吸收戲院加入院線，也急需多元化且符合小眾需求的電影內容，以填充其映演檔期，所以預料對於一向以獨立製片形式發展的國產電影，將會出現一片大好的國際發展舞台。

以HD(2K)規格爲數位電影放映標準，映演獨立製片界的作品，其畫質是足夠的，此規格正逐漸被全球各地的影展接受，如美國的Sundance影展，2005年開始即全面接受HDCAM格式，並於影展期間直接放映。另外，目前科技界熱烈討論的高容量藍光DVD-9，亦可讓一部兩小時的高畫質數位電影壓縮到一片光碟裡，影像創作者或發行者將可把未上院線的數位電影直接發行到家庭劇院欣賞，這就好像目前北美地區仍然盛行的B級電影製作，量大質庸，但偶爾還會出現不錯的原創佳作。

有趣的是，SONY計劃向大眾消費市場推出以2K放映機爲基礎的家庭劇院系統，主要片廠也宣佈將提供網路下載的服務，讓大堆頭的首輪數位電影也能透過付費機制，直接由寬頻網路下載到家庭劇院的系統裡，看完之後的數十小時影片檔會自動銷毀。電影的發行趁網路寬頻的普及，也將另闢一道發行管道；擁有家庭劇院系統的家庭，將會在成爲某家電影發行商的會員之後，自動成爲其中之一的院線成員了。如此一來，目前無論採用何種廠牌的2K數位電影院，都得趕快計劃下一波的產業昇級行動了。

電影數位化放映的社會化功能

電影的發展百餘年當中，除了製作技術的演進，在發行及電影類型上也是經過許多變化，尤其在50年代電視媒體搶走電影大多數觀眾時，電影業界所作的絕地大反攻，如提高電影製作品質、強化聲光效果或加入立體影像；戲院以配套的方式，看一部送一部的策略找回影迷；大型娛樂場所裡出現一院多廳式的小型電影院，以不同類型的電影，分散吸引不同口味的觀眾；這些應變之道，同樣可以轉用到現今多媒體娛樂內容充斥，電影票房不佳的情況。

人類的天性應該是屬於喜歡社會性活動的，雖說多樣的電視節目及電腦遊戲吸引住不少的目光，但是呆在家中太久就會覺得很悶，正需要大銀幕的電影院震撼教育一下，所以電影院應該是不會消失，至少文化議題透過大銀幕的放大，可以成爲其它媒體不斷迴蕩與扭曲的內容，也是社會學家用來研究社會發展不錯的探測器。

KTV店可以與家庭式伴唱機共存，網咖在網路寬頻普及的年代仍然有生意可作，電影院當然還是可以吸引一大群喜歡湊熱鬧、喜歡與一群觀眾分享欣賞經驗的觀影者。電影院只要多在展演數位電影的方式上花些創意，不難找回失去的電影觀眾；譬如說七O年代獨立製片類型闖出一片口碑時，紐約市許多原本放映二、三輪或B級電影的沒落戲院，即應時需改成專門放映藝術電影的戲院而獲得重生。

新的媒體形成，並不會讓舊的媒體消失，只會讓其更專門化，相信在戲院空間設計、主題氣氛營造及可預期的互動科技應用上，開發想像空間，發揮無限可能，大銀幕的魅力，還是會吸引無數的靈魂之窗，是數位的還是膠片的並不重要，對於第八藝術中的鬼斧神工處，才是報以喝采，雀躍不已的重點！

唐明珠　訪問整理

放映新發展——美麗華IMAX電影綜覽

受訪者：史玉琳小姐（美麗華華納威秀影城行銷經理）
時間：2005/03/29下午1點
地點：美麗華華納威秀影城辦公室

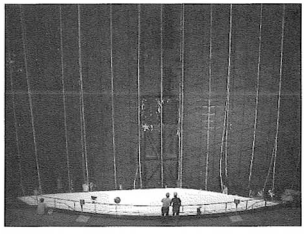
問：什麼是IMAX電影？請您介紹一下美麗華華納威秀影城IMAX電影院。

IMAX電影是一種巨型銀幕電影放映技術，這種技術是由加拿大的IMAX公司所開發出來的，1970年在日本東京第一次與世人見面，1986年在溫哥華的加拿大展覽館首度以3D型式播放。

亞洲地區包括日本、新加坡、上海都有IMAX電影院，台灣美麗華華納威秀影城IMAX電影院在2004年開幕，是全世界第238家IMAX電影院。我們的IMAX電影院是台灣第一個商業化經營的IMAX電影院，所有的放映銀幕、音效等設備，都是從加拿大引進最頂級的硬體設備以及專利的技術，這個IMAX電影院總共花了將近新台幣二億七千萬元來打造，電影院裡共有13排座位，座椅全部由澳洲進口，座位採用階梯式環狀設計，無論坐在那一個位置都可以享受到最佳的觀影視野。因爲立體電影受到光學折射角度的限制，觀賞2D電影時可以有406個座位；觀賞3D電影時只能有364個座位。我們在電影院裡鋪設純羊毛地毯，挑高22公尺的空間設計，以暗紅色的色調以及琥珀色的LED流線燈來呈現IMAX影廳壯闊的氣勢。

問：IMAX電影銀幕有何特色？

美麗華IMAX電影院銀幕採用世界知名的英國 Harkness SPECTRAL 240無接縫銀幕，因爲銀幕面積太過龐大，所以空運進口時無法像一般銀幕一



樣平順地捲在圓管上運送，只能採用摺疊的方式來運送。這種銀幕重量高達305公斤，寬幅也很驚人，需要20個人在銀幕架的最高點同時施力，才能夠把銀幕架設起來，之後我們把銀幕加以固定並做張力調整，接著再把特殊的鋁漆噴塗在整個銀幕上，完成之後就是一個銀色的巨幅銀幕。整個施工工期需要16個工作天，在銀幕安裝前，我們必須先排除IMAX電影院裡的灰塵及空氣中過多的水氣，銀幕施工完成後，IMAX電影院內更需要以每天24小時維持恆溫、恆濕的空調環境來保持維護電影院裡的設備系統及銀幕。

我們這塊IMAX銀幕是專門提供給3D立體電影放映用的銀幕，高度有21.16公尺、寬度約28.80公尺（約八層樓高、半座足球場寬），總面積高達610平方公尺，足以完整呈現巨鯨的實際大小尺寸。銀幕曲度中心與銀幕平面中心相距2公尺，是一般銀幕的十倍大，爲全台灣最大的商業電影銀幕，也是目前全亞洲最大的銀幕，進口價格大約是新台幣四百萬元。這種銀幕光學增益效果可達到投影光源的二點四倍，所有影像的光源會反射到觀眾身上，使觀眾感覺像是身歷其境，造成很特殊的視覺效果。並且銀幕以圓弧長矩的形狀來設計，不會產生視線死角，就算一個200公分高的長人坐在前面也不會擋到後面觀眾的視線。

問：IMAX的放映設備爲何？人員的配置情形如何？

美麗華IMAX電影院採用世界頂級的放映系統，造價約新台幣七千萬元，整個放映系統由加拿大進口最新式、最高等級的P3D（Polarize 3D）GT型，重達907公斤，是IMAX最頂級的放映機，也是台灣所擁有的最先進的3D放映設備。這種放映設備利用氣壓吸附技術投影，以「波狀環行」（Rolling Loop）放映路徑，將解析度和視覺特效完整穩定地呈現在巨型銀幕上。這套造價高昂，製作技術精密的IMAX P3D GT放映機，可讓70毫米15片孔的IMAX底片以每秒24四格畫面的高速運轉，讓左眼及右眼的視覺影像精準的同步輸出，影像穩定性遠超過一般電影放映設備。IMAX底片規格是一般35釐米影片的十倍大，這種超大底片，加上IMAX精密的放映技術，可以創造出有如實景般的清澈視覺感。

此外，爲了配合IMAX的銀幕比例設計，放映機內的底片投影影像會

被放大爲十四萬五千倍，因此在底片上或鏡頭上的一粒微小灰塵都會被看的非常清楚，所以在放映系統上，還有一種特別的設計，可以即時排除影片及鏡頭上的灰塵。

其次，爲了使高達八層樓高的IMAX巨型銀幕運作順利，放映機上的投影光源也跟一般電影放映機不一樣！在3D的放映狀態下，必須同時使用兩個15000瓦高亮度的氙燈（Xenon Lamp），其亮度是一般電影院所使用投影燈的五倍，價格也很昂貴！除此之外，兩個15000瓦高亮度的氙燈同時使用而產生的大量熱能，還需要搭配一套重達324公斤，專利設計給IMAX放映機所使用的水冷系統（Coolant Conditioning Unit），以保持放映機的正常工作溫度。

IMAX的電影放映室分爲三個隔間， 除了主放映室外，還有一間輔助設備室及一間3D眼鏡清洗室。爲了維持IMAX的最高播放品質，放映室必需全年採取20至24度的恆溫控制，以及溼度45至55度的恆濕控制，並特別要求灰塵的控管，所以放映室的空氣循環系統中特別設立空氣濾淨機，使空氣濾淨率達百分之九十五以上。在輔助設備室中，所有的配置都是供應給放映主機運轉時所需要的運轉條件，當其中任一系統無法正常的運作，放映主機也就無法運轉。IMAX在主空調系統外，還另外設備了一套緊急備電系統，維持全年24小時的空調運轉。

IMAX電影的自動收放片系統，又稱爲QTRU（Quick Turn Reel Unit），最大承載片長爲150分鐘，重量高達1000公斤。

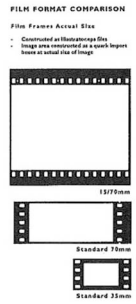
爲了建造這座IMAX影城，除了大量資金與人力外，美麗華華納威秀影城還特別邀請二位外籍IMAX專業工程師，親自到台灣進行監工與指導，對本地的IMAX電影放映人員給予教育訓練，以正常維持這個放映系統，並定期飛來台灣作系統檢查及保養工作。機房只有一位放映人員，電腦主機都是先設定好的，通常放映人員的工作只需要進行影片穿引及卸載的動作，電影院的現場則有三個工作人員在發3D眼鏡，有些視差較嚴重或較怕暈的觀眾，可能看3D影片會頭暈，所以電影演出時也會有工作人員在現場照顧觀眾，協助身體不適的觀眾到外面休息。

問：IMAX影片的底片與一般電影底片有何差異？

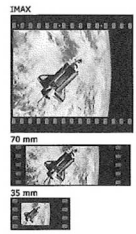
一般商業用35釐米影片爲4個齒孔一個畫面，IMAX專利的大型底片（LF=Large Format） 設計爲70釐米影片的寬幅，15個齒孔一個畫面，我們稱爲70/15的規格，底片面積爲傳統35釐米底片的十倍大、70釐米影片的三倍大，保存期限也較長。70/15底片解析度高，投射至銀幕的畫質表現也特別清晰自然，就算播放在比一般35釐米影片放映大上十倍的銀幕上，仍然

可以呈現完美投射，無粗糙顆粒感，鮮明的影像使電影情境更貼近眞實。

2002年時，IMAX公司發表革命性的IMAX DMR（Digital re-Mastering Release）技術，可以將35釐米好萊塢影片轉換爲IMAX15/70的規格，不但有效地解決原影像投射至大銀幕會失眞的情況，更爲該影片帶來前所未有的視覺聲光效果。從此IMAX迎向電影放映新紀元，藉此與好萊塢接軌，讓IMAX電影院也能放映好萊塢的商業影片，不再只侷限於自然、科技、環保、動物、地理、人文等教育短片，也因此吸引了更廣大的消費者來到IMAX電影院。



由於影片製作不易及成本昂貴，IMAX對於影片的保護有嚴格的規範。影片必須儲存在全年24小時恆溫恆濕的環境中，對於亞洲地區空氣中過多的水氣及灰塵，IMAX更是有特別的排除要求。另一方面，影片的運送必須採用全鋁製密封箱體，箱體內部特別設計了避震及支撐的效果，可以讓影片在運送的過程受到嚴密的保護。IMAX放映師在執行影片接續作業的過程中，更必須全程配帶純綿潔淨的手套，以避免手上的指紋及油脂或汗水沾到影片上，否則在十四萬五千倍的放大效果下，一點點的瑕疵放大到銀幕上都會變得很明顯。



問：IMAX的音響是否有特殊的要求？

美麗華IMAX電影院所使用的音響設備是由美國Sonics公司，專爲IMAX設計的音效處理系統，包括音效處理器、聲軌儲存槽、影音同步處理器（DTAC System）、備電系統、監聽設備、廣播介面、擴大機揚聲器等，整體造價約新台幣八百五十萬元。

IMAX揚聲器在電影院裡共有四十四組特製音箱，分別位於銀幕背後左方、中間、右方、上方、下方及電影院的左後方及右後方，這種特殊的四音路六聲道數位環繞效果，使得音質純淨清澈沒有雜音，可以表現出完美的音場。而藉著音源平衡喇叭系統（IMAX Proportional Point Source），可以確保觀眾無論坐在電影院裡的任何座位，都能享受到最佳音量品質及聽覺效果。我們所採用的IMAX PPS型Speaker是目前IMAX最新一代的揚聲系統，也是目前全台灣唯一的一套。

由於IMAX電影院採用了100噸的專屬空調系統來維護全年24小時的電

腦控溫環境，所以音響設計上還必須採用特殊的進口消音箱，將空調所產生的一些氣流和噪音完全消弭。加上IMAX電影院採用了最嚴格的隔音標準，每一面牆都用六層石膏板加上中空的吸音阻絕，吸音效果是一般影廳的二至三倍，無論是電影院的側牆、銀幕後方、後牆、天花板及地面都有絕佳的吸音設計，所以IMAX電影院中的空間背景噪音值可以維持在25db以下，也超越了THX（最佳觀影空間）的標準。

問：世界各地IMAX影片片源爲何？拍攝時與一般電影有何不同？

IMAX影片分爲兩種，一種是《聖母峰》、《終極太空站》之類的紀錄片，另一種是好萊塢的商業片，也就是我們所說的DMR商業影片。紀錄片和商業片在IMAX影廳是並行的，因爲商業片的片源還不是那麼多，我們當然希望每個月都有商業片在IMAX影廳放映，但片商發行的不多，現在平均三個月會有一部DMR商業片可在IMAX影廳放映，中間就必需穿插一些IMAX的紀錄片。

IMAX公司有自己發行的影片，都是紀錄片，因題材大多是自然生態、太空科學等等，製作非常費時，一部影片一拍就是好幾年，成本也很高，所以這類影片的年產量只有一至二部。像《終極太空站》就拍了四、五年，這部影片的內容是太空站裡的種種情形，不能夠由一般導演或製作人去拍攝，所以IMAX公司必須先訓練太空人如何拍攝電影，再請太空人上太空去拍攝，加上太空人上太空本來就有他們自己的任務，所以這部長約四十分鐘的影片，是由好幾批的太空人分批拍攝才把它完成的。IMAX自製的影片，不論2D和3D的影片，都要使用IMAX的配套系統來拍攝，如IMAX自己研發的攝影機，尤其是3D影片要用特製的攝影機去拍攝，有兩台攝影機，一台拍左眼，一台拍右眼所看到的影像，整個拍攝過程十分費時，費用也比一般影片高很多。影片完成後，觀眾在IMAX電影院裡還要配戴3D眼鏡，才能夠看到3D的影像。

至於DMR商業影片則是由好萊塢的製片公司來拍攝製作完成，再交給IMAX公司做數位重製，這是一種專利技術，然而並不是所有影片都會要轉成DMR影片，像文藝片就不需要，但一些場面較大的影片，如動作片或動畫，需要有較強視覺效果的影片，就會考慮轉成IMAX影片，可是發行還是由片商自己來發行，例如《北極特快車》是華納兄弟和IMAX公司合作的影片，台灣發行是透過華納兄弟公司台灣分公司來處理。又如《機器人歷險記》，由福斯公司台灣分公司發行，但這些DMR影片技術的部份都是與IMAX公司合作的。未來台灣如果有題裁適合的影片，也很歡迎跟IMAX公司合作，轉成DMR影片來放映，那也將是一個國片的突破。

問：3D眼鏡的原理爲何？是否可照顧到近視、遠視、老花等觀眾？

IMAX 3D立體電影設計是將左右眼所看見的影像分別獨立播放，再利用放映機將左右眼以不同偏光角度同步播出的兩部影片，透過觀眾所配戴的3D立體眼鏡分別接收左右眼影像後，譯解成3D立體的效果，呈現出栩栩如生、彷彿伸手可觸及的逼眞臨場感，也可以使得觀眾與影片世界完全融合，體驗特殊的影像震撼。

我們的3D眼鏡使用的並非一般塑膠材質，而是一種特製的材質，尺寸分爲大、中、小三種，無論是大人或小孩都可以找到符合尺寸的3D眼鏡來觀賞電影。因近視或遠視而戴眼鏡的觀眾可以直接將3D眼鏡罩在原有的眼鏡上，不需要脫下原有的眼鏡就可以觀賞3D影像。觀眾若平時不帶眼鏡，可於進場前告知我們的工作人員，再挑選尺寸大小適合的眼鏡來配帶。當然也常有觀眾誤認爲這立體影像的關鍵在於立體眼鏡，只要戴上了眼鏡，影像畫面就會立體呈現，事實上並不是這樣，如果是非3D影片，在IMAX電影院裡觀賞並不會有立體影像效果，但因爲銀幕的寬闊，仍然會帶給觀眾很不一樣的震撼感受，不同於一般銀幕的觀影經驗。

所有的3D立體眼鏡在每一場觀影使用完畢後都會收回，並立即送到洗鏡室去清洗。洗鏡室內有一套全自動的洗鏡設備，一籃一籃使用過的眼鏡將會經過一連串的高溫清洗、消毒、風乾的過程，完成之後才會再提供給接下來的觀眾使用。爲了提升營運上的效率以及給予足夠的眼鏡清洗時間，我們所採購的3D立體眼鏡數量是一場電影滿座使用數量的三倍，大約是一千二百個左右。

問：票價如何訂定？在台推出後觀眾反應如何？票房如何？宣傳怎麼做？客源在那裡？

我們IMAX影片票價主要是反應到硬體設備上，建造這個IMAX電影院總共花了新台幣二億七千萬左右，另外就是IMAX影片拷貝比一般35釐米影片貴上好幾十倍，一部全新DMR影片拷貝就要新台幣一百萬以上，一般電影通常有好幾本拷貝，但IMAX影片一部就是一個拷貝，使用的是特製的片盤，可以容納長度150分鐘的底片，這種70釐米影片拷貝使用壽命比一般35釐米影片拷貝長，耗損率很低，播放的次數也較多。IMAX的紀錄片大多是40分鐘左右，票價我們定爲290元，一般商業片票價是350元，優待票330元，主要是成本的考量。大部份的消費者都能接受這個票價，尤其是看了3D或DMR影片之後，都表示這個票價還蠻划算的。

我們的開幕影片《聖母峰》和後來推出的《終極太空站》，觀眾反應都不錯，但票房沒那麼好，觀眾還是比較喜歡商業片，像《北極特快車》就

做得很好，這是好萊塢第一部3D版本的影片，市場反應完全超出我們的預期，這部片在台灣總票房是新台幣六千萬，我們IMAX影廳就賣了三千二百萬的票房。

影片宣傳時我們會強調這部影片有IMAX版本，因爲《北極特快車》做的很成功，發行《機器人歷險記》的福斯公司對我們也很有信心，我們會跟福斯協調，一起合作做宣傳，在所有的宣傳活動上都會包含IMAX版本，如公車廣告或電視宣傳等，我們華納威秀自己也會去主打IMAX這部份的宣傳。

我們主要的訴求是超大銀幕，這塊銀幕是目前全亞洲最大的一塊銀幕，其他影廳無法體驗到直這麼震撼的影像效果，我們開幕的影片《聖母峰》是2D的影片，內容是喜瑪拉雅的山景，用那麼大的銀幕去觀賞是很壯觀的，再搭配12000瓦數位的環繞音響的音效，加上配樂，可以感受到整個影像磅礴的氣勢。除了影像很大，另外就是IMAX還有如水晶一般清澈的影像感，對觀眾很有吸引力。IMAX影片雖然不多，但只有一個影廳，可以消耗的客人數就沒那麼快。像過年的時候就有很多中南部的客人會坐遊覽車來看《北極特快車》，體驗IMAX影片的震撼感，所以即使《北極特快車》放映三個月，還是會一直有觀眾來看。尤其我們IMAX戲院還搭配了美麗華的摩天輪，形成一個觀光特色，也會帶來許多觀眾。

另外IMAX影片促銷的方式比較不一樣，我們會針對學校，像《終極太空站》這種影片蠻適合結合學校資源，也蠻多校外教學活動會來這裡看IMAX影片。配合學校我們會有團體票的優惠，之前會有地球科學、星象等文字資料先給老師介紹給小朋友，電影開演前會有專人爲小朋友解說IMAX影片的特色，看完之後小朋友可以提問，說明3D形成的原理等等。這是其他戲院沒有在做的，也是我們比較特別特別的地方。IMAX電影院平日觀眾以年輕人較多，假日家庭客人較多。

問：華納威秀是在什麼樣的情形下決定引進這種放映系統？市場的考量占大部份原因嗎？還是有何指標性的意義？

華納威秀影城在全省有九個據點，我們會想做一些市場上比較沒有、比較特殊和不一樣的體驗來帶給消費者，就像我們在台中有兩個頂級影廳，可以躺著看電影，這算是第一個突破，再來就是這個IMAX影廳，建造IMAX電影院是華納威秀影城尋求突破的另一個表現，雖然成本非常高，回收的時間會拉得很長，但我們發現IMAX影廳其實有它的市場性，觀眾在IMAX影廳看完DMR的影片之後滿意度非常高，也固定地會再回來看，大家都會很期待下一部商業影片又是什麼樣子。所以既然我們主要的

訴求是商業影片，未來也會尋求比較適合的點再建造一個IMAX影廳。品牌和市場是我們做IMAX影廳最主要的考量，尤其是品牌，華納威秀影城在台灣算是電影戲院業界的龍頭，我們一直在創新，希望提供一些更不一樣的服務給消費者，像造價這麼昂貴的IMAX硬體設備，可以提供很不一樣的電影娛樂享受，當然也有它指標性的意義。

林盈志

臺灣電影映演業巡禮

電影的映演業爲電影產銷的最後一個環節，其營收狀況直接影響電影製片業投拍影片的意願，但由於傳統映演業者多爲私人獨力經營，並散佈於全國各地，加上近年電影市場的萎縮，不少影院僅在重點假日間歇安排檔期放映影片，故其資料取得委實不易，在此特向熱心提供資料的映演業者致敬！因爲他們在電影業蕭條的時代，仍保有對電影的熱愛與理想。

此次全國電影映演業者普查工作，主要採取問卷調查方式進行，部分業者採電話訪查方式，依行政院新聞局登記在案戲院共發出195份問卷（部分籌設中、已拆除業者不調查），共回收100份問卷（部分業者拒絕提供細部資料、間歇營業之戲院經多方聯繫未果），問卷內容（詳如附表一）主要針對個別影院之聯繫方式更新、廳數、座椅數、放映器材、音響設備等硬體資料進行調查；此外，亦對影院之成立日期、重大歷史事件等歷史資料有所涉獵；其中對於員工數、主要觀眾層與經營概況之調查，乃爲了解目前國內戲院的營運方式與現狀。是項普查爲綜覽性索引工作，資料無法達到鉅細靡遺的地步，謹冀望此份調查結果具有拋磚引玉的作用，促使更多人關注電影映演業的調查研究與規劃輔導工作。

臺灣地區電影映演業資料表

全稱	
地址	
電話／傳眞	
成立日期	
重要事件[1]	
放映器材[2]	
廳數／座椅數[3]	
音響系統[4]	
員工數[5]	
主要觀眾[6]	
經營概況[7]	
戲院特色[8]	
備註	

註：如表格不敷填寫可另外填寫。

1 如重大意外、名人登台、爆滿紀錄、糾紛、業主自認重大事件等。

2 含放映器材型號（現役與除役）、數量、歷史、銀幕規格（尺寸、布幕型態）。

3 煩請告知每廳座椅數及座椅條件是否軟式座椅。

4 僅需標明是否杜比或SRS等，毋須紀錄揚聲器、擴大機廠牌。

5 不含臨時員工。

6 如觀眾年齡層、職業、居民或外來族群等概約印象。

7 盈虧、過去所屬院線、主要放映影片（西片或國片，首輪或二輪）。

8 如建築物外觀特殊、偶爾供作表演場地或其他地區戲院不同之處。

全國電影映演業資料表

林盈志、蔡宛達　調查整理

台北市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳真	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀眾	經營概況	戲院特色	備註
新光影城	台北市萬華區西寧南路36號4F-1-2-3,5F	(02)2314-6668/2381-7768	3/510、510、470 均爲軟式沙發，扶手均附杯架	69/3/24	2002年台北國際金馬影展 2005年台北國際動畫影展	資料另列ii	資料另列ii	6	年齡層約在18-35之間，職業別包涵學生及上班族	台北新光影城目前播映之電影均爲首輪院線片，大部分爲西洋片，偶爾上映強檔國片或其他亞洲電影。 目前影城的業績正在持續向上成長，並朝著永續經營的目標前進。	位於台北西門町的台北新光影城，比照歐美設備標準重新裝潢，以全新風貌呈現，於2000年重新開幕。影城內共有三個廳，總座位數約可容納1,500人，並採用杜比SRD.DTS.及SONY最新SDDS 8聲道等數位環繞式音響，此外，影城設備還包含JBL數院專用三音路揚聲器，QSC數院專用數位擴大機加強感官刺激，更能感受到影片的特效而震撼人心。 台北新光影城強調最佳的電影視聽娛樂享受，並提供清潔舒適的觀影環境，使觀眾看電影享有最優質的感官享受。 此外，寬敞且豪華的空間亦時常接受各類型影展租借(包廳)之用，突顯台北新光影城的質感。	89.3.24~92.7.31爲UCI派拉蒙環球影城所經營管理 92.8.1起經營權轉交新光三越百貨
樂登大戲院	台北市萬華區武昌街二段85號1-5樓	(02)2311-8628	4/814、94、323、133	53/	88、89年優良戲院	德國原裝Kinoton放映機	數位杜比(CP650)SRD-EX，DTS-EX，並加裝SDDS八聲道系統	約30、40人	學生、一般人			
王牌日新大戲院	台北市萬華區武昌街二段87號	(02)2331-5256	4/95、140、96、968									日新、大新戲院合併

豪華大戲院	台北市萬華區武昌街二段89號	(02) 2331-5077 2331-6919	3/ 683、 422、 125		88年優良戲院	A: 原廠70厘米超寬幅銀幕（英國Harkness Hall Co.原裝進口） 德國原裝SCHNEID-ER放映鏡頭和日本原裝USHIO投影燈 B: 原廠寬幅銀幕（英國Harkness Hall Co.原裝進口）以及日本TOKIWA放映機、日本原裝USHIO投影燈 C: 原廠寬幅弧形銀幕（英國Harkness Hall Co.進口）、英國Strong-Century放映機	A: Dolby Digital Surround-EX B: Dolby Digital Surround-EX C: Dolby Surround, SR		學生、成年人		豪華大戲院以活潑靈活的創意，開創影院的無限可能，從人性化的觀點出發，以貼心、細心，用心經營與您相會的每一段時光，豐富愉悅您的觀影經驗！	rebirth 047. myweb. hinet.net
奧斯卡大戲院	台北市萬華區峨嵋街115號4樓	(02) 2361-1691	2/ 489、 87	82/1		客滿牌、Tokiwa	SRD、DTS		學生	不好	以低價位、音響好吸引客群	
國賓戲院	台北市萬華區成都路88號	(02) 2361-1222 2361-1223	1/ 1243		87、88年優良戲院							暫停營業

今日大戲院	台北市萬華區峨嵋街52號4樓	(02) 2381-4307 2381-4272	1/ 767	57/		Tokiwa	SRD	約25人（包含整個嘉年華影城）	年輕人			今日、金馬、鳳凰對外合稱「嘉年華影城」
金馬大戲院	台北市萬華區峨嵋街52號7樓	(02) 2388-9948 2381-4272	1/ 774	57/		Tokiwa	SRD		年輕人			今日、金馬、鳳凰對外合稱「嘉年華影城」
鳳凰大戲院	台北市萬華區峨嵋街52號9樓	(02) 2361-1603 2371-9292	4/ 188、192、107、90	57/		Tokiwa	SRD		年輕人			今日、金馬、鳳凰對外合稱「嘉年華影城」
白雪大戲院	台北市萬華區漢口街二段54號9樓	(02) 2389-8866 2375-2643	2/ 185、192									二輪戲院
西門大戲院	台北市萬華區中華路一段144號5、6樓	(02) 2371-3579	2/ 489、286	68/10/4		Tokiwa	杜比65	約10人	學生、上班族爲主			二輪戲院
眞善美劇院（中央電影公司）	台北市萬華區漢中街116 號7樓	(02) 2331-2270 2311-5425	2/ 360、363	64/3/8	台灣第一家二處式地面鋪有地毯「迷你戲院」／開幕片《雷公彈》 85年7月重新裝潢專門放映藝術電影至今仍然始終如一，創立藝術電影風潮 87、88、89優良戲院	MASWCE-NTNRY/ CENTVRY各一台（美製機體/日製放映燈箱）中型銀幕各一幕	SRD	12	觀摩年齡層以18-35歲最多、學生及非商業性影片觀摩	開幕至今營運良好，以放映非商業性之首輪藝術影片	台北捷運西門站6號出口交通便利，供作影展系列放映	

總統戲院	台北市中正區中華路一段59號4樓	(02) 23885576	3/									www.cinema7.-com.tw
絕色電影城	台北市萬華區漢中街52號10、11樓	(02) 2381-1339 2311-2927	7/ 186、100 146、111 90、146 136									www.cinema7.-com.tw
大世紀戲院	台北市大安區羅斯福路三段325號3樓	(02) 2363-3909 2363-5600	1/280	69年	88年優良戲院	放映機（2）	SRS	5	學生	二輪（中、西、日、韓皆有）、得獎藝術片		
東南亞戲院	台北市中正區羅斯福路四段136巷3號	(02) 2367-8999 2368-2929	4/708	55/5	55年成立，85年12月由二輪戲院改首輪，並於當時改裝完成 88年優良戲院	TOKIWA-X4KM-100 客滿牌*4 銀幕 11.6*26尺	SR	35	一般大眾	目前公司營運非常艱辛，希望有相關單位補助	雖是老戲院，但在公館台大人心裡一定有一份特殊感情	
龍祥百老匯電影城	台北市中正區羅斯福路四段200號3、4、5樓	(02) 2935-9279	7/ 174、68 82、174 148、180 142		90年5月24日變更公司名稱原為龍祥育樂改為龍祥育樂多媒體							
來來大戲院	台北市文山區羅斯福路六段403號6樓	(02) 2934-9464 2934-9400	2/ 280、 250	67/7/15		晉式放映機四台	紅鑽：杜比原聲	3	學生、一般民眾、公教	放映國(西)片勉強維持經營少有虧損	綜合大樓含證券、百貨、KTV等	二輪戲院
佳佳大戲院	台北市文山區羅斯福路六段403號4樓	(02) 2934-6494 2934-9400	1/ 570	67/7/15		晉式放映機二台	杜比	3	學生、一般民眾、公教	國(西)片二輪映演，勉強維持經營，少有虧損	綜合商業大樓、證券、百貨、KTV等	二輪戲院
巨星全球影城	台北市文山區景中街36號B1、3F、4F	(02) 2934-9598	6/ 196、79 162、98 96、79		89年優良戲院							暫停營業

優興大戲院	台北市文山區景文街72號	(02) 2931-3963	4/ 170、100 170、100	約51年		國產	SRD	約5、6人	學生			二輪戲院
光明大戲院（聯輝貿業有限公司）	台北市文山區木柵路一段260巷1號	(02) 2234-8487 2936-5221	4/ 215、216 205、204	57/1/19		太順	杜比	5	社區、學生	虧損、二輪		二輪戲院
欣欣晶華戲院	台北市中山區林森北路247號3樓	(02) 2537-1889 2537-1840	11/ 487、442 159、216 142、142 118、80 77、96 68	91/12	89年優良戲院	放映機共22部	杜比、SR、SRD（7聲道）	50	主要台北地區觀眾，以上班族居多	爲showtime系列影城、首輪	本戲院特色爲營業時段配合消費者至凌晨深夜	
學者全球影城	台北市中山區長春路176號2F、3F、B2、B3	(02) 2517-5522	13/ 208、58 66、208 58、66 150、87 63、53 53、58 63	約86年	88年優良戲院			約45人	學生族群			SCCS. wudi. com.tw
長春大戲院	台北市中山區長春路172號B1、1-3樓	(02) 2507-4149 2507-9587	4/ 279、106 109、182		88、89年優良戲院							
總督大戲院	台北市松山區長安東路二段219號3、4樓	(02) 2741-5991	1/ 503		88、89年優良戲院		杜比DOLBY-CP650超立體六聲格式音效					www. govern- or.com. tw 同金像獎、首都老闆（未提供）
首都戲院	台北市松山區長安東路二段219號2、3樓	(02) 2741-5991	1/ 490		88、89年優良戲院							同金像獎、總督老闆（未提供）

金像獎大戲院	台北市松山區長安東路二段215號3、4樓	(02) 2771-9744 2711-8298	3/ 300、150、140									同總督、首都、老闆(未提供)
南山大戲院	台北市大安區通化街24巷1號	(02) 2702-3130	4/ 246、77 64、76		89年優良戲院							二輪戲院
華納威秀電影城	台北市信義區松壽路16號3樓 18號2、3樓	(02) 8780-5566 8780-6281	17/ 208、354 224、324 221、221 324、324 354、354 312、312 312、153 153、153 153	87/1/24	87年優良戲院							
梅花大戲院（中央電影公司）	台北市大安區和平東路三段63號2樓	(02) 2738-4137 2738-9038	2/ 288、260	68/11/12	台北市東區第一家二廳式豪華舒適戲院 初期以放映首輪國片院線爲主，82年4月更新設備，改以放映西片爲主 88年優良戲院	MASWCE-NTNRY/ CENTVRY各一台(美製機體/日製放映燈箱)中型銀幕各一幕(14*30尺)	SRD、DTS	13	觀眾年齡層以15-40歲最多、社區及學生觀眾	信義商區影城成立後營運受影響，經營艱困 以放映首輪商業性影片爲主	台北捷運木柵線科技大樓站到達，交通便利	
哈拉影城	台北市內湖區康寧路三段72號2、3樓	(02) 2632-2693	8/ 195、143 143、135 195、143 143、135	88/11/12	89年優良戲院	美製	SR、SRD	約20人	社區居民爲主			
朝代大戲院	台北市大同區民權西路136號4樓	(02) 2557-1380 2557-1300	2/ 235、131	86/6/1		Tokiwa、富士	SRD、杜比500	約4、5人	學生族群			二輪戲院
圓滿戲院	台北市大同區寧夏路32號3樓	(02) 2559-6695	1/ 300									二輪戲院

陽明戲院	台北市士林區文林路113號一樓	(02) 2881-4636 2883-5879	4/ 180、100 150、150	49年至50年中	88、89年優良戲院	波拉	SRD	10	學生、一般人士	過去以國片爲主，直至84年改西片才演洋片	爲士林區最久的戲院	
立峰大戲院	台北市士林區文林路144巷10號	(02) 2883-8147	2/ 310、140						學生			二輪戲院
國賓影城微風廣場	台北市松山區復興南路1段39號8、10樓	(02) 2751-5088 2751-5031	6/ 400、354 158、208 200、187	90/		美國專業Strong高級放映系統Harkness Hall超寬弧形透容銀幕	杜比Dolby SRD-EX數位環繞音響、DTS-ES數位音響系統					
全球影城	台北市松山區南京東路五段200號1F	(02) 2307-2853 2747-4817	3/ 130、100 250(上) 300(下)	92/1/6重新開幕		日本富士放映機3組	英製杜比、SRD CP65型3組	7	18-30歲左右、學生、上班族	二輪西片		二輪戲院
光點	台北市中山北路二段18號	(02) 2511-7786	1/ 88	92/11/10		Tokiwa	SRD、 杜比A	約7人	皆有		國際藝術電影播放	
大千電影院	台北市中山區南京東路3段133號地下2樓	(02) 3518-3161	1/ 100				杜比數位環繞音響					
華威天母影城	台北市士林區忠誠路二段202號4-8樓	(02) 2876-3300	8/ 198、342 158、198 342、158 198、342	93/4/30		Cinema Canica	杜比、 SRD-EX	約130人(包含兼職)	週邊家庭及居民			
喜滿客京華影城	台北市松山區八德路四段138號B1F	(02) 3762-1666 3762-2008	13/2028 一般廳 10廳： 121、94 153、131 278、264 74、430 102、123	88/3/15	1.CINEMARK於2001年底開幕，爲全台首創設立VIP影廳並提供餐飲服務之電影院	1.數位：The Christie CP series digital projector CP-2000-I						

			VIP廳 3廳： 80、105 73		2.2003年爆發SARS疫情期間，CINEMARK為全台首家進行全面奈米光觸媒消毒、空調系統加裝UVC紫外線殺菌燈、提供口罩及體溫測量服務等預防措施之電影院 3.2003年CINEMARK榮獲由美東國際電影展覽會主辦之「年度最佳國際影城獎」之殊榮 4.2003年底《哈利波特：消失的密室》上映首日起，CINEMARK首創連續60小時不打烊之馬拉松式映演服務 5.2004年1月CINEMARK數位放映設備正式啓用，提供觀眾更優質的觀影品質 6.2004年CINEMARK榮獲由台北市政府主辦評鑑為「電影院廁所環境清潔冠軍」	2.35mm膠卷： The Christie P35-GPD 3.螢幕： 英國Harkness Hall 尺寸： C1-25.83*14.42 C2-24.50*14.00 C3-26.33*15.00 C4-20.10*11.67 C5-46.42*24.50 C6-46.42*24.50 C7-19.75*11.50 C8-50.75*22.58 C9-24.67*14.50 C10-35.50*16.75 C11-23.92*13.75 C12-25.75*14.75 C13-23.75*13.58 4.布幕型態： Side Masking (C5,C6,C8,C10) Top Masking (C1,C2,C3,C4,C7,C9,C11,C12,C13)	SRD	34	年齡層介於20~40歲之上班族；深夜時段則以20~30歲年青族群為大宗	因採複合式經營，故自正式營業第一年起即開始獲利 首輪電影院	CINEMARK發行之「紅利卡Bonus Card」，提供顧客於影城內之消費金額可轉換為紅利點數之優惠服務；CINEMARK全館座椅為進口之「活動式椅背座椅（Rocking Chair）」，60公分超寬座墊，椅背可向後仰躺15度，如搖椅般的律動可減少坐姿疲勞；CINEMARK採複合式經營，週邊事業除販賣部外，與影城同樓層之自營餐飲、禮品門市多達6家，提供消費者更多選擇。	

高雄市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
坎城大戲院	高雄市三民區十全一路161號2、3樓	(07) 321-0663	1/440		87、88、89年優良戲院				一般			
麗華大戲院	高雄市三民區十全一路161號B2樓	(07) 321-0663	1/614									
中華戲院	高雄市三民區十全一路161號4、5樓	(07) 321-0663	1/495		88年優良戲院							
麗華戲院	高雄市三民區十全一路161號4、5樓	(07) 321-0663	1/410		88年優良戲院							
天一戲院	高雄市三民區十全一路161號2、3樓	(07) 321-0663	1/457		88、89年優良戲院							
三華戲院	高雄市三民區十全一路161號2、3樓	(07) 321-0663	1/404		89年優良戲院							
豪華戲院	高雄市三民區十全一路161號B1、B2	(07) 321-0663	1/420									
國賓戲院	高雄市三民區十全一路161號4至5樓	(07) 321-0663	1/404		87年優良戲院							
大華大戲院	高雄市三民區十全一路161號6、7樓	(07) 321-0663	1/400									

光華戲院	高雄市三民區十全一路161號6、7樓	(07) 321-0663	1/400									
京華大戲院	高雄市三民區十全一路161號6、7樓	(07) 321-0663	1/400									
來來大戲院（十全影城）	高雄市三民區十全二路21號2樓	(07) 311-7141	1/250	87/12重新開幕		杜比SRD環繞音響					本影城自90年8月份開辦器衡電影展以來，投注心力，頗獲好評，以後會不定期舉辦，將各國的影片呈現給港都民眾，滿足戲迷不同的喜好	二輪戲院 www.shrchiuan.com
博愛大戲院（十全影城）	高雄市三民區十全二路21號4至5樓	(07) 311-7141	1/280									
錦元大戲院（十全影城）	高雄市三民區十全二路21號6樓	(07) 311-7141	1/280									
威尼斯戲院（十全影城）	高雄市三民區十全二路21號8樓	(07) 311-7141	1/198									
奧斯卡大戲院	高雄市新興區仁智街287號B1樓	(07) 241-2128	1/512	76/7	89年優良戲院		SRD	約10人（包含東王、南和、北歐、西華）	年輕族群			二輪戲院
海軍營運中山堂（文康中心）	高雄市左營區實踐路71號	(07) 588-1174	1/900	52/2		客滿牌KM-100	杜比	7	軍人、後備軍人、眷屬	放映二輪西片爲主，業績每況愈下	艙員寬敞，可停百輛轎車，供大型集會使用	
海軍營運中正堂	高雄市左營區介壽路9號		1/									

東王大戲院	高雄市新興區仁智街287號3樓	(07) 241-2128	1/476	76/7			SRD		年輕族群			二輪戲院
南和大戲院	高雄市新興區仁智街287號2樓	(07) 241-2128	1/478									
北歐大戲院	高雄市新興區仁智街287號2樓	(07) 241-2128	1/520		89年優良戲院							
西華大戲院	高雄市新興區仁智街287號3樓	(07) 241-2128	1/519		89年優良戲院							
三多大戲院（影城）	高雄市苓雅區三多四路123號	(07) 333-9100	7/215、16286、85222、23043	64年	89年優良戲院	客滿牌、富士牌機器、弧形大銀幕	杜比、SR、DTS、SRD	30	青、中年層	首輪（洋片爲主）	整棟大樓經營電影	
環球電影院（影城）	高雄市苓雅區大順三路108號3至4樓	(07) 722-0066 723-5919	9/2135	87/6	88年優良戲院	CP-500	SRD	41	上班族、學生	電腦售票	弧形銀幕、階梯式座椅、精緻多廳院	www.u-get-movie.com.tw/un.htm
和春大戲院	高雄市三民區建興路391號3至6樓	(07) 384-7687	6/415、300100、98?、?		88、89年優良戲院		杜比	約20多人	學生			二輪戲院
華納威秀電影院	高雄市苓雅區三多四路21號13-16樓	(07) 334-5566	16/148、176334、334164、146120、120148、176334、334164、146120、119									

宜蘭縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳真	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀眾	經營概況	戲院特色	備註
友愛影城	宜蘭縣宜蘭市舊城東路50號7樓	(03) 931-5666 931-5035	4/ 150、100 100、100	87/9	原爲百貨商場的樓層，改設爲四廳院的戲院 87、88、89年優良戲院	客滿牌台製放映機：名祥電影機材製 12*24尺螢幕	A、C: SRD B、D: DTS	15	宜蘭市等溪北觀眾爲主，含各階層，學生亦不少	以放映首輪西片爲主	友愛影城位於宜蘭縣唯一的百貨公司—友愛百貨大樓（高16樓）的7樓，也是縣內宜蘭以北地區唯一的電影院。鄰近火車站及夜市商圈，交通便利，熱鬧繁榮是市區休閒娛樂的地標。	
日新大戲院	宜蘭縣羅東鎮中山西街17之1號	(03) 954-2835 958-5108	3/ 217、100 100	54年	1989年將內部改爲A、B、C三個放映廳 87、88年優良戲院	台灣製客滿牌放映機：進口奧斯卡布幕	A:SRD B、C:DTS	12	縣內溪南地區觀眾爲主，假日亦有外地遊客	現有三個放映廳，同步上映全球熱門影片（西片）	蘭陽地區目前營業最久的戲院	座落於羅東鎮熱鬧的夜市商圈區
東一大戲院	宜蘭縣羅東鎮倉前路51號3樓	(03) 956-6677	3/ 325、346 114				英國SRD數位立體6聲道，DTS數位立體6聲道					
羅東大戲院	宜蘭縣羅東鎮興東路6號3、4樓	(03) 954-2161	2/ 90、560		88年優良戲院							間歇營業 910523暫停營業
統一大戲院	宜蘭縣羅東鎮公園路8號3樓	(03) 956-0551	1/ 250									間歇營業 910218暫停營業

基隆市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
新樂戲院	基隆市義二路26號	(02) 2424-5015	4/ 292、124 82、86					約11人（包含工讀）	青少年		基隆市文化中心旁	
遠東戲院	基隆市忠三路99號B1	(02) 2422-0905	2/ 416、160					13	一般		基隆市火車站旁	二輪戲院
統一電影城	基隆市中正路164號	(02) 2427-3578 2427-3548	6/ 113、219 153、91 91、91								基隆市東十二號碼頭旁	

台北縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
林園電影城戲院	台北縣板橋市府中路175號3樓	(02) 2960-5333 29699877	3/ 191、150 147		87、88、89年優良戲院							
華麗電影院	台北縣板橋市府中路175號5樓	(02) 2960-5333	2/ 384、145		87年優良戲院							
中華戲院	台北縣板橋市府中路175號2樓	(02) 2960-5333	2/ 89、78									二輪戲院
東方戲院	台北縣板橋市溪崑二街16巷15號	(02) 2681-2712	2/ 144、144									二輪戲院 暫時停業

新中和大戲院	台北縣中和市中和路130號2樓	(02) 2249-1480 2249-0045	2/ 300、200						附近居家			二輪戲院 原爲中和戲院
年代大戲院	台北縣永和市永亨路42號3樓	(02) 2928-3328 2232-6969	4/ 108、107 117、118				杜比	7	20~40歲、學生、上班族	西片二輪		二輪戲院
美麗華戲院	台北縣永和市永亨路42號4樓	(02) 2928-3328 2232-6969	2/ 260、570		88、89年優良戲院		杜比	8	20~40歲、學生、上班族	西片二輪	永和GOGO MALL商圈內	二輪戲院
福和戲院	台北縣永和市永利路340號3樓	(02) 2924-2305	2/ 800、230									暫時停業
金歡喜電影院	台北縣永和市中和路499號3樓	(02) 3233-0888	5/ 102、167 104、92 107									欣欣晶華
好來塢電影院	台北縣永和市中和路499號2樓	(02) 3233-0888	5/ 79、131 80、93 105		88年優良戲院							欣欣晶華
鴻金寶電影院	台北縣新莊市民安西路188巷5號4樓	(02) 2207-0222	5/ 94、142 129、185 82	85/						首輪電影		
萬代好電影院	台北縣新莊市民安西路188巷5號3樓	(02) 2207-0222	5/ 107、115 127、94 95	85/	87、88、89年優良戲院					首輪電影		
永久戲院	台北縣新莊市化成路63巷26弄17號	(02) 2994-4160	1/ 304									二輪戲院 原新幸發戲院
金國戲院	台北縣三重市正義北路4、6號4、5樓	(02) 2989-8216 2981-8512	2/ 105、120									

金座戲院（天台影城）	台北縣三重市重新路二段78號4樓	(02) 2978-4614	1/ 255	77年重建	民國四十一年，李瑞軟先生將木材行遷到現址，因經濟需求，木材行經營得有聲有色。加上他個人對戲劇的喜好，另外在二樓加蓋一座歌仔戲台，形成所謂的「天空中的戲台」，這便是「天台」名稱的由來。						大三重地區唯一獨家播映首輪電影之現代化影城。 擁有最完善的優質影音設備，提供最奢華的個人視覺享受。 位於三重市最繁華商圈的地標，交通最便利發達。 獨家發行天台影城IC晶片儲值卡（FANS卡），退卡購票消費，解決搵零錢之不便。	www.t-movies.com.tw
銀座戲院（天台影城）	台北縣三重市重新路二段78號4樓	(02) 2978-4614	1/ 228										
龍座戲院（天台影城）	台北縣三重市重新路二段78號4樓	(02) 2978-4614	1/ 255										
虎座戲院（天台影城）	台北縣三重市重新路二段78號4樓	(02) 2978-4614	1/ 106										
獅座戲院（天台影城）	台北縣三重市重新路二段78號4樓	(02) 2978-4614	1/ 106										
幸福大戲院	台北縣三重市三和路四段163巷12號2、3樓	(02) 2287-6709 2286-5518	6/ 182、182 204、204 89、62										
國寶戲院	台北縣新店市光明街86號1、2樓	(02) 2913-2040	2/ 256、220										
金金大戲院	台北縣鶯歌鎮鶯桃路555號3、4、5樓	(02) 2670-2282	4/ 126、124 171、154			虎牌	杜比環繞	8	一般			二輪戲院
淡江戲院	台北縣淡水鎮公明街48號2樓	(02) 2621-2144	2/ 93、99									

桃園縣映演業

統領戲院	桃園縣桃園市中正路56號3、5樓	(03) 332-9398	4/ 240、144 300、165									同來來、親親、愛愛、遠東大歌廳、金府、金宮為家族戲院
中央戲院	桃園縣桃園市中正路273號3樓之1	(03) 337-3203	2/ 320、330									(歇業)
中央星鑽戲院	桃園縣桃園市中正路273號4樓之1	(03) 337-3203	4/ 150、150 170、150									(歇業)
金園大戲院	桃園縣桃園市博愛路112號4樓	(03) 332-5802	1/ 300		88年優良戲院							
大東戲院	桃園縣中壢市中山路348號	(03) 425-3471	5/ 238、146 137、139 140									www.fareast-movie.com.tw 同威尼斯戲院、遠東大戲院老闆
遠東大戲院	桃園縣中壢市新生路65號4、5樓之1	(03) 422-4126	3/ 456、135 135									同威尼斯戲院、大東戲院老闆
金府戲院	桃園縣中壢市元化路245號之一4樓	(03) 425-5758	1/ 250									
金宮戲院	桃園縣中壢市元化路245號之一4樓	(03) 425-5758	1/250									

中源大戲院	桃園縣中壢市日新路97號3樓之1	(03) 456-2414	3/ 400、180 180									
來來戲院	桃園縣中壢市中央西路139號5樓	(03) 425-1934	2/ 180、260									
親親戲院	桃園縣中壢市中央西路139號4樓	(03) 425-1934	2/ 441、90		89年優良戲院							
愛愛戲院	桃園縣中壢市中央西路139號3樓	(03) 425-1934	2/ 163、99									
遠東大歌廳	桃園縣中壢市新生路65號6樓之1	(03) 422-4126	2/									
歡影城	桃園縣蘆竹鄉南崁路一段112號7樓	(03) 311-3399 311-3127	14/2996	87/9/10		Christie35-mm Project	SR、SRD SRD-EX、DTS、SDDS	70	20~45歲年輕人及家庭客層	首輪西片及國片	豐富多樣美式簡單餐飲、外連便捷購票服務、多方式經營方式，提供各類型電影供觀眾選擇	
永欣大戲院	桃園縣龍潭鄉北龍路75號3樓	(03) 479-9537	1/ 300		89年優良戲院							
星橋影城（大江購物中心）	桃園縣中壢市中園路2段501號4-7樓	(03) 468-0100 468-0060	14/ 108、271 498、496 337、121 111、112 142、81 184、140 111			寬弧立體發聲的螢幕設備	杜比數位式環繞音效系統			美商SBC公司（全部外資）票證系統同華納威秀電影城		www.sbc-cinemas.com.tw/index_1.php
威尼斯影城	桃園縣中壢市九和一街18號3樓之1、2、3、6、46號、48號3樓之2、3、5、6、7、8	(03) 280-5018 280-5098	10/ 159、140 154、147 154、166 178、152 141、124		歷時3年，耗資3億，中壢市威尼斯影城是由本土資金與美國娛樂業界之華人集資投資。		杜比最高等級6.1聲道、最新數位解碼環繞音效				台灣第一家結合美式概念與台灣消費文化的台灣化影城，向美式影城挑戰。	www.v-cnice-cinemas.com.tw

新竹縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
金寶大戲院	新竹縣竹北市中正東路488號3樓	(03) 555-8004	1/387		88、89年優良戲院							二輪戲院
金來戲院	新竹縣新豐鄉員山村學府路130號3樓	(03) 559-5110	1/500									二輪戲院暫停營業

新竹市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
國際中興影城	新竹市林森路32號7、8樓	(03) 521-4151	3/188、138、82	93/6		日本放映機、大銀幕	SRD	15	車站前商圈、百貨公司客群	西片、國片、華語片（虧損中）		
國際大戲院	新竹市文昌街39號2樓	(03) 524-5541 524-1714	5/226、104、104、126、83	57	89年優良戲院	日本TOKYIW-A	SRD	15	夜市、車站商圈人潮	西片、國片、持平		
新復珍戲院	新竹市北門街6號4、5樓	(03) 524-8285	2/267、267					約9人	大衆			二輪戲院
紅寶石戲院	新竹市水田里經國路二段72號3-4樓	(03) 533-2163	3/145、204、384									
藍寶石戲院	新竹市水田里經國路二段72號5至6樓、B2	(03) 533-2164	3/158、384、92									
嘉華影城	新竹市水田街1號2至5樓	(03) 534-7116	5/117、48、360、145、144									

華納威秀新竹南門影城	新竹市西大路323號8F	(03) 524-1166	11/3000	91/		數位環繞音效					新竹大遠百華納威秀影城座落於西大路和西門街交叉處的市中心特華區，公車等大眾工具便捷	web.warnervillage.com.tw/2003/index.php3
華納威秀新竹風城影城	新竹市民權路176號4F-3-9	(03) 524-1166	5/1600	92/11/14		數位環繞音效						web.warnervillage.com.tw/2003/index.php3

苗栗縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
國際戲院	苗栗縣苗栗市勝利里國際1巷3號	(037) 320-363	1/450	60/6/8		特其亞二套	杜比	5	不一定	普通	老戲院	
苗栗戲院	苗栗縣苗栗市至公路29號	(037) 320-029	1/879		87、88年優良戲院							
東聲電影院	苗栗縣頭份鎮中華路1091號3樓之2	(037) 664-735	1/310			大頭電影器材XENON LAMPHOUSE						

台中市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
日新大戲院	台中市中區中華路一段58號1至6樓	(04) 2222-3138	5/ 369、369 372、302 287		88、89年優良戲院							Showtime系列影城
日日新大戲院	台中市中區中華路一段58號5至10樓	(04) 2222-3138	5/ 289、155 143、155 648		88、89年優良戲院							

全球影城	台中市中區中華路一段1之1號B1-5、B2-5、3F-1、4F-1	(04) 2224-2588	7/ 135、206 126、187 133、170 271	85/6/20	87、88年優良戲院	奧斯卡技術獎銀幕STARWA-RT	英國原裝SRD（重低音）、DTS（超高音）	約20人	一般			
南華大戲院	台中市南區正義街二巷2號4樓	(04) 2225-6968	2/ 400、320	67/10/25	94年3月開始每週舉辦「看電影聊人生」逐漸發展成社區服務的特色 88、89年優良戲院	台製放映機14*7m	杜比SR環繞音響系統	6	年輕大專學生、智識分子	以西片二輪影片爲主	手繪看板、懷古藝術街電影院型態	二輪戲院
親親影城	台中市北屯路14號	(04) 2231-9111 2231-4408	7/1291	71/		太順電影機材公司客滿牌	杜比SRD、DTS數位系統	40	學生	首輪西片及國片		
第一影城	台中市中區綠川西街135號4樓	(04) 2223-1472 2223-1741	8/1042	80/	88年優良戲院	波拉貿易公司日製Tokiwa	杜比、SRD及DTS數位系統	30	學生	二輪國西片		二輪戲院
萬代福戲院	台中市公園路38號3樓	(04) 2221-0356	5/ 344、271 436、118 117	70/		Tokiwa	SRD、DTS	約15人	學生族群			二輪戲院
新光三越影城	台中市西屯區台中港路二段111號13、14樓	(04) 2258-9911 2255-8949	8/2665 (軟式座椅)	89.10	89.10~93.7.1爲UCI歌拉蒙環球影城所經營管理 93.7.2 起經營權轉交新光三越百貨	Christie 放映機，型號P35@DMOT共10台 銀幕規格：C2、C5 Scope（布幕型態左右升降）1:2.35 C1、C3、C4、C6、C7、C8 flat 1:1.815（布幕型態上下升降）	C2：SDDS SRD、DTS C1、C3、C4、C5、C6：SRD C7、C8：SR	11	百貨顧客市區民眾學生	主要放映國內外首輪強檔新片，以播放好萊塢商業影片爲主，時而配合播映國片或獨立片商影片。結合百貨商圈，搭配美式影城販賣部經營，讓消費者同時享有吃喝玩樂於台中新光影城。	中台灣首座以美式現代化設計的影城，擁有數位環繞音效設備、挑高球場式座椅、超大螢幕、快速親切的服務、眾多的停車位、13樓更有180度超大落地窗休閒區，是觀賞夜景的絕佳之處。世界上最棒的影片及國際級的管理型態，其顛覆傳統的綜合娛樂空間「電影、購物、音樂和美食通通都在這裡！」的概念，爲台中地區的觀眾帶來一個便利與國際水準的娛樂天堂。	網址：www.skcinep-lex.com.tw

豪賓大戲院	台中市北屯區中清路66號2、3樓	(04) 2291-5579	2/ 224、236									
台中西屯區華納威秀影城（老虎城）	台中市西屯區河南路3段120-1號4、5、6樓；120號7、8樓	(04) 3606-5566	10/ 316、359 421、351 403、278 366、346 30、40	91/1/18								
台中東區華納威秀（德安百貨）	台中市東區復興路4段186號4、5樓	(04) 3608-5566	10/ 488、357 259、259 223、345 223、203 203、223	91/1/18								

台中縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
豐源國際影城	台中縣豐原市中正路137號3、4樓	(04) 2526-0036 2524-6739	4/ 281、281 97、52	74/12/10	92年9月28日至10月29日全新裝潢	銀幕規格：32*14*0.5尺*4廳	杜比、SRS	約15名	學生族群	首輪院線（至開幕至今皆放映首輪院線，主要以西片爲主）	位於市區市中心，緊連豐原廟東小吃、SOGO百貨、屈臣氏、三商百貨	92年10月30日重新開幕
總督戲院	台中縣豐原市向陽路77號4樓		3/ 340、279 72		87、88、89年優良戲院							春暉總督影城91年9月7日重新開幕
富都戲院	台中縣大甲鎮光明路67號地下室	(04) 2687-2757	3/									開啟營業

南投縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳真	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀眾	經營概況	戲院特色	備註
南投戲院	南投縣南投市大同街87號	(049) 224-2787 222-8127	3/ 200、260 110	26/		日製老虎牌	SRD	約5人	學生			

彰化縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳真	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀眾	經營概況	戲院特色	備註
台灣大戲院	彰化縣彰化市中正路二段48號	(047) 222-4623	3/ 130、130 700		89年優良戲院							movie.servernet.com.tw/taiwan/
彰化大戲院〈股份有限公司〉	彰化縣彰化市中正路二段153號3、4樓	(047) 225-5669 226-7074	4/ 176、164 90、84	73年	87、88年優良戲院	富士、TOKAYU、客滿	SRD、DTS	16	青少年、青年			movie.servernet.com.tw/changhua/index.htm
員林大戲院	彰化縣員林鎮南昌路39號3樓	(048) 235-1667	4/ 150、150 150、150		87、88、89年優良戲院							

雲林縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳真	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀眾	經營概況	戲院特色	備註
雙子星戲院	雲林縣斗六市民生路98號6、7樓	(05) 533-5333	2/ 295、315	25/	88年優良戲院		SRD、杜比環繞	約2、3人	學生			二輪戲院
斗六門電影院	雲林縣斗六市民生路98號3樓	(05) 533-5333	1/96									二輪戲院

白宮戲院	雲林縣虎尾鎮中正路257號	(05) 633-3668	4/ 680、380 104、104		87、88年優良戲院							
中華影城	雲林縣斗六市雲林路二段19號	(05) 535-4828	8/ 1098	88/3/				約17人	學生旗群			

嘉義市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
遠東戲院	嘉義市中正路574號	(05) 222-3312	2/ 600、300									歇業
新榮戲院	嘉義市新榮路52號2樓	(05) 225-5366	2/ 121、130	71/				約8人(含光榮戲院)	學生			
光榮戲院	嘉義市新榮路52號3樓	(05) 225-5366	1 /112		89年優良戲院				學生			
嘉年華戲院	嘉義市中山路617號3、4樓	(05) 225-0289	10/ 103、115 89、103 159、263 129、129 136、178	81/9/	87、88、89年優良戲院		SRD超重低音百萬數位立體環繞音響	約25人	學生			www.u-get-movie.com.tw/ja.htm

台南縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
麻豆戲院	台南縣麻豆鎮興中路106號3樓之1	(06) 571-3437 572-2159	2/ 187、95	81年大樓改建	南方影展 89年優良戲院	客滿牌放映機四台	龍慶:DTS 鳳慶:杜比	7	學生、社青人士	尚可	首輪移區、一票看二片	
日新大戲院	台南縣新營市復興路85之5號4樓		1/ 400		87、88年優良戲院							

台南市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳真	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
中國城大戲院	台南市環河街72號3、4樓	(06) 221-5110 226-0994	5/ 842、119 129、99		87年優良戲院 統一戲院設立於三十多年前。先是冰宮，而後轉型成電影院。 1983年再購北屋建設位於運河邊的八百多坪硬體，因此加入了「中國城戲院」。1995年由於統一戲院已顯老舊，以十分龐大的經費用心整修整座戲院，以期能提供最理想的環境，2002年又逐步翻修業已多年的中國城的服務空間。							www.movies.net.tw/newindex6.htm 二輪戲院
南台戲院(南台電影城)	台南市友愛街317號	(06) 2287581 2282551	5/ 60、60 430、60 52	59/7	高挑寬廣的空間、室內停車場、70館米6聲道8音路放映機與超寬銀幕，深受好評！於民國70年裝置台南市第一座杜比立體音響，打開了台南市影壇新紀元！ 民國84年元月21日，南台、南都戲院加盟台北樂聲影城，並升格爲南台、南都影城，並加裝電腦售票系統、DTS電腦數位音響與高級皮椅；更爲了觀衆的權益，設立「清場」與「禁煙」制度來維護場內清潔！		杜比SRD、DTS	16	學生與社會人士	尚可		www.nt-movie.com.tw
南都大戲院(南台電影城)	台南市友愛街138號1、2樓		5/ 280、161 150、202 301									二輪戲院
統一戲院	台南市金華路三段167號	(06) 220-7577	2/ 348、276	57/	89年優良戲院 統一戲院設立於三十多年前。先是冰宮，而後轉型成電影院。 1983年再購北屋建設位於運河邊的八百多坪硬體，因此加入了「中國城戲院」。1995年由於統一戲院已顯老舊，以十分龐大的經費用心整修整座戲院，以期能提供最理想的環境，2002年又逐步翻修業已多年的中國城的服務空間。							www.movies.net.tw/newindex6.htm 二輪戲院

王后戲院	台南市中正路323號6樓	(06) 222-7761	3/ 300、182									二輪戲院
王子戲院	台南市中正路323號B1樓	(06) 222-5460	2/ 144、363									二輪戲院
梅花戲院	台南市民權路二段118號3樓之1		5/ 156、156 84、108									
國花戲院	台南市民權路二段118號3樓之2		1/ 581									
今日戲院	台南市中正路249號2樓	(06) 220-5151 222-2265	1/ 600 (沙發座椅)	58/5/19	創立於民國39年，前身名爲小全成戲院，民國58年改名爲今日戲院。 多年來是國片戲院，後改爲洋片二輪戲院：曾舉辦第一屆台南金馬獎外語片觀摩展：豬哥亮歌舞秀登台演出：現以八大影片公司爲主播放。	日本富士牌羅拉(ROLA)11號銀幕： 42*24尺	杜比環繞重低音	7	年輕族群、家庭、市民	可	二輪	
全美戲院	台南市永福路二段187號1、2樓	(06) 222-4726 229-5193	2/ 330、220 (沙發座椅)	58/3/25	創立於民國39年，前身名全成戲院；第一部台語歌仔戲電影《白蛇傳之夜訪雷峰塔》；民國58年3月25日改名全美戲院；首部華納公司影片《警網勇金剛》(首輪)；民國60年5月1日改二輪洋片戲院：曾映《鳳世佳人》《007海底城》《江山美人》多部豆座影片：李安母演於《臥虎藏龍》《綠巨人浩克》影片上映二度造訪本院舉辦客名會及一小時座談會；文學國寶葉石濤因228事件被捕前晚在本院看《紅鞋子》；曾舉辦蜜作觀影展：第三、四屆南方影展。	B:日本富士牌羅拉11號改裝 A:70釐米改裝 銀幕： 40*22尺	杜比環繞重低音	10	年輕族群、家庭、市民	可	二輪、影展	二輪戲院
新建國戲院	台南市民權路一段56號	(06) 229-4034	1/ 275	64/11/				3	一般			二輪戲院
國賓影城台南分公司	台南市中華東路1段96號地下一層之十六	(06) 234-7166 234-7177	7/ 142、187 105、139 174、235 163	91/7					15-35歲年輕人爲主要消費群		國賓影城台南HiHa City整體設計是以科幻世界來呈現影城的未來感	www.atfilm.com.tw/index.htm

國賓影城台南中華分公司	台南市中華東路1段66號3樓		5/142、187 105、139 174	92/					15-35歲年輕人爲主要消費群		國賓影城@台南HiHa City整體設計是以科幻世界來呈現影城的未來感	www.atfilm.com.tw/index.htm
台南新光三越影城	台南市西門路一段658號7-9樓	(06) 303-1260 303-1261	8/2700	91/6/14	91.6.14~93.7.1爲UCI派拉蒙環球影城、93.7.2起經營權轉交新光三越	Christie規格P35GPD/MOT共10台 銀幕：C/F 1:2.35 F/T 1:85	SDDS、D-TS、SRD	18	百貨顧客、市區民眾	電影、購物、休閒、美食集於一處的現代化綜合娛樂中心。以便利消費者爲主要訴求，結合台南最大百貨公司，爲台南地區及鄰近縣市的消費朋友提供電影、購物、休閒、美食全方位之現代化綜合娛樂中心。主要放映首輪好萊塢廠業片，時而配合播映國片或獨立片廠影片。	挑高豪華大廳，單廳700座位（第一廳），中南部最大。 這是南台灣首屈一指的美式現代化設計影城，擁有數位環繞音效設備、挑高球場式座椅、超大弧形寬螢幕、快速親切的服務、世界上最棒的影片及國際級的管理型態。其擬覆傳統的綜合娛樂空間「電影、購物、休閒和美食通通都在這裡！」的概念，勢必爲台南地區的觀眾帶來一個空前絕後的便利與國際水準的娛樂天堂。	
華納威秀	台南市公園路60號5-13樓	(06) 600-5566	9/235、235 258、235 235、258 235、235 258	91/7/5							座位全部皆爲豪華型座椅，設有移動式杯架的情人座。影廳爲球場式階梯設計，讓您觀影視野絕無死角。	

高雄縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳真	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
統一戲院	高雄縣岡山鎮壽天路103之18號5樓	(07) 622-1669 622-3449	3/265、160 110			台製客滿牌	SRD	約8人	學生族群			

東亞大戲院（影城）	高雄縣鳳山市立志街160號之1	(07) 746-2511 742-6381	8/ 241、241 110、109 135、135 73、81	86/12/19	86年12月之前是老舊戲院的隔局，之後重新改建 87、88、89年優良戲院	A:15*33尺 B:15*33尺 C:11*24尺 D:11*24尺 E:11*24尺 F:11*24尺 百老匯：7.5*17尺 好萊塢：7.5*17尺	A:DTS B:SRD 其餘均爲SR	16	學生、一般家庭、當地居民(上班族較少)	8大電影公司影片(首輪)，西片爲主	建築物約50年歷史，戲院存在也約50年	www.u-get-movie.com.tw/dy.htm

屏東縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
國寶戲院	屏東縣屏東市金泉里民權路5之3號	(08) 732-6767 733-8905	3/ 221、217 149	62/8/3	連續15年榮獲行政院新聞局評定爲全省優良戲院 87、88、89年優良戲院	富士、客滿	A:杜比SDDS、DTS-ES B、C:杜比DTS-ES	10（含工時人員）	均有	中、西名片（二輪）	戲院旁有夜市	
光華戲院	屏東縣屏東市民生路248號3、4樓	(08) 732-2043	8/ 108、144 126、146 108、144 126、146	91年重建		美製	SRD	約10人	年青人			陳文武系列

台東市映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
大同戲院	台東市中正路129號	(089) 322-414	6/ 170、170 154、154 126、126		88、89年優良戲院					二輪戲院 暑假、春節期間播放首輪		

花蓮縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
國聲大戲院	花蓮縣花蓮市林森路349號	(03) 835-5719	3/ 300、150 150	約10年前成立	89年優良戲院		SRD	約6人	一般			
豪華戲院	花蓮縣花蓮市明義街41號1、2樓	(03) 832-4380	2/ 209、359		87、89年優良戲院							二輪戲院
花蓮電影城	花蓮縣花蓮市國華五路69號4、5、6、7樓	(03) 833-7118	9/ 332、200 306、183 301、187 327、120 120		88年優良戲院							
玉都戲院	花蓮縣玉里鎮光復路27號	(03) 888-2306	2/ 144、138									間歇營業

澎湖縣映演業

戲院名稱	營業地址	電話/傳眞	廳數/座椅數	成立日期	重要事件	放映器材	音響系統	員工數	主要觀衆	經營概況	戲院特色	備註
中興電影城	澎湖縣馬公市文康街37號	(06) 926-5681 926-5683	4/480	85年	澎湖第一部與台北同步上映洋片《鐵達尼號》 87、88、89年優良戲院	日製TOKIWA放映機八部	SR杜比及DTS	10	當地居民及軍人	近年以播映洋片爲主，爲澎湖地區首輪	近年來因娛樂的多元化及盜版影響，經營不易	
育樂中心	金門縣金城鎮西門里民權路154號		2/ 255、135									二輪戲院
僑聲戲院	金門縣金湖鎮中正路19號	(082) 332-038	1/ 255									二輪戲院

自此份調查結果可以發現：

1. 除了新崛起的IMAX系統外，影院國內電影院單廳座位可容納逾800人的大型影院已逐漸消失（台北市國賓戲院座位數1243、永和市福和戲院座位數800皆暫停營業）。
2. 多數影院將單廳座位數控制在200座位以內，座位數最少的影院爲位於台老中市虎城的華納威秀影城（座位數30，2002年成立），將原影院增隔爲多廳，或新成立的影院於設計之初即朝廳數多、座位少的方式規劃。儼然形成戲院生存之道。
3. 大都會區（台北、高雄市）及其衛星城市，電影院數量最多。其餘各縣市現存電影院主要分佈在人口較密集之「市鎮」中，其中南投縣與台東縣電影院數量最少，分別僅剩一家電影院仍在經營。台北市電影院數量最多，高達42家。
4. 除了少數幾間電影院因所在區位關係，會以軍人、商圈人潮爲主要觀眾外；多數電影院主要觀影人口仍明顯以學生爲主，上班族爲次，年齡層約在15~40間。
5. 除連鎖影城架設網站外，部分映演業者亦本著對電影的熱愛架設網站上傳影院資料（如三重市天台影城）。
6. 多數傳統影院的營收狀況並無法達到其預期的獲利標準。

---

[i] 一廳

CHRISTIE放映機	P35GPD/MOT	1組
英國 Harkness螢幕	36' * 15' 5"	1組
電動布幕控制機 (含原裝特殊黑布幕)	Harkness Hall Sound 2000M	1組

二廳

CHRISTIE放映機	P35GPD/MOT	2組
英國 Harkness螢幕	36' * 15' 5"	1組
電動布幕控制機 (含原裝特殊黑布幕)	Harkness Hall Sound 2000M	1組

三廳

CHRISTIE放映機	P35GPD/MOT	2組
英國 Harkness螢幕	34' 2" * 14' 5"	1組
電動布幕控制機 (含原裝特殊黑布幕)	Harkness Hall Sound 2000M	1組

以上機台使用之歷史均為5年。

ii 一廳

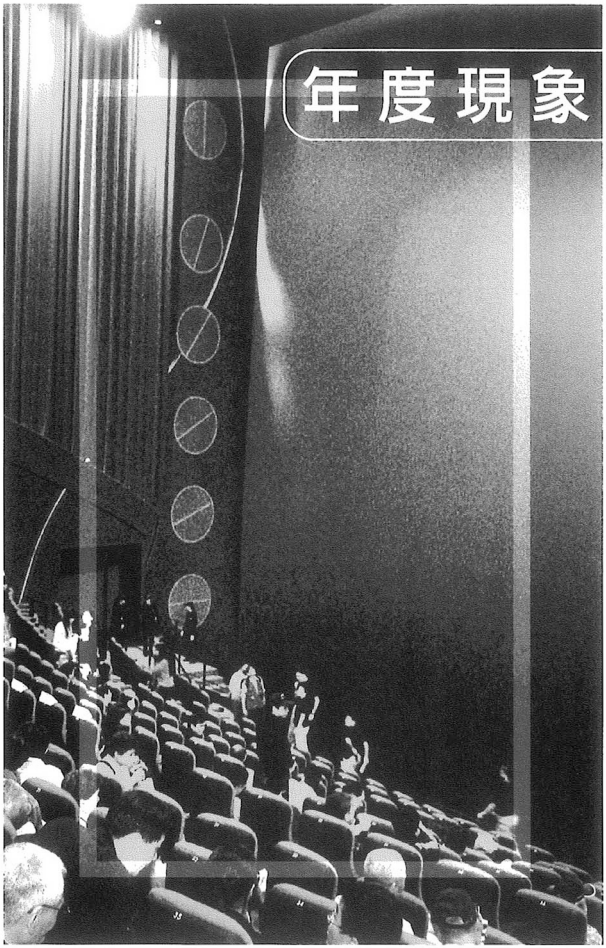
SONY數位音響處理器	SDDS DFP-D30000	1組
SONY數位讀取機		2組
DOLBY數位音響處理器	SR.D DA-20	1組

二廳

DOLBY數位音響處理器	CP-500D	1組
DTS數位音響處理器	DTS-6D	2組
DTS數位讀取機		1組
DTS用IC版	CAT-685A	1組

三廳

DOLBY數位音響處理器	CP-500D	1組


年度現象

紀錄片成為台灣電影新顯學

近年來台灣紀錄片已然成爲顯學，有更多的年輕創作者滿懷著熱情，穿越時間與距離的鴻溝，目光炯炯，投向他們足跡所及或尋找屬於上一輩的父母靚那個更早更遠的過去；也有資深的紀錄片創作者仍執著於關懷這塊土地上的辛勤子民，給予最眞實溫暖的注目。於是，在過去的一年我們有了璀燦如星的幾部紀錄片，在銀海中閃閃發光。

導演簡偉斯與郭珍弟的《跳舞時代》以抒情感性的筆觸，寫下了台灣流行歌曲的第一個黃金時代裡，關於青春的夢想與那個時代風情，分享了故事裡的老人家回憶青春的愉悅和對人生的釋懷，同時在輕快流轉的歌聲裡，重現了幾乎被遺忘的歷史風華與彌足珍貴的共同記憶。

正如同《歌舞中國》的英文片名《Burning Dreams》，功成名就的廣告導演彭文淳選擇了拍攝紀錄長片來圓夢，以廣告風格和精準計算效果的特出角度，在上海人的美國夢裡，「聽著五〇年代的音樂、看著跳踢踏舞的老人、享受著中西方文化的衝擊和中國小孩放肆的豪情壯志」，記錄了他的感動，也開創出當前國內紀錄片的新片種。

胡台麗執導的《石頭夢》則是以石頭做爲隱喻，傾聽了挑擔者劉必稼對家園人情之念的孤獨感，輻輳出木瓜溪畔光華村落的多種族聚合、繁茂多姿的形貌，以及這四十年間台灣的社會變遷，更透露出大時代下不同族群與世代的相依相存，也說明了尊重與包容各種族群與文化才是跨越歷史障礙的秘訣。

顏蘭權與莊益增長期關懷、觀察的紀實作品《無米樂》，以台南縣後壁鄉菁寮村的三個老農民的農耕生活來描述台灣農民對土地純樸、眞摯自然而深厚的感情，並透過他們長達五、六十年的農作來回顧台灣農業史的發展，現在WTO對台灣農業打擊至深，農作無人繼續，這些「末代稻農」在遺憾中仍然認命勞動，苦中作樂，樂觀寬容的性格是台灣底層最堅實珍貴的資產。

孤獨堅毅的導演李香秀終於在第41屆的金馬獎以《南方澳海洋紀事》獲得了最佳紀錄片獎的肯定，精緻的構圖與成熟的電影語言建構了第一部台灣海洋電影，該片描寫南方澳大型圍網漁業由盛到衰終至面臨淘汰的命運，並藉由當地漁民與來自大陸、菲律賓二地漁工們的生活樣態，交織成特殊的人文風貌，道盡海洋之子的勇敢與無奈。

新銳導演林育賢以輕鬆幽默的影像觀察和流暢的節奏拍攝了《翻滾吧！男孩》，記錄一位教練在宜蘭縣羅東鎮公正國小帶著七位小男孩苦練，並拿到全國國小體操團體金牌的故事。在片中，有教練自己與現在體操選手養成的心路歷程，今昔對比之間，點出對國內體育養成環境的省思。

Documentaries: the New Vogue in Taiwan's Film Industry

In recent years, increasing numbers of documentaries have been produced in Taiwan. More and more creative and enthusiastic youngsters are bridging the gaps created by distance and time to reach new frontiers or look back at their parents' generation. There are also some senior makers of documentaries who still shoot warm and truthful representations of the country's hardworking people. Consequently, over the past year, there have been several outstanding documentaries.

Viva Tonal, directed by Kuo Chen-ti, sentimentally records the first golden age of popular songs in Taiwan, which expounds on youthful dreams and romantic feelings. The movie's main character, an old man, shares his happy memories of youth and feelings about life. Concurrently, in the lively and lingering songs, *Viva Tonal* revives precious memories and the almost forgotten elegance of the past.

Hinted at by the title, Wayne Peng, the famous advertisement director, shot *Burning Dreams*, a lengthy documentary, to make his dreams come true. Adopting advertisement genre and precisely considered angles, viewers observe the American dream of people from Shanghai. The movie features music from the 1950s, tap dancing by elders, the conflict between Chinese and Western culture, and the unlimited ambitions and aspirations of Chinese children. *Burning Dreams* records the director's feelings and represents a new genre of documentary in Taiwan.

In director Hu Tai-li's *Stone Dream*, stones are utilized as a metaphor. The film depicts an old farmer, Liu Bi-jia, who came from China as a soldier, recording his loneliness, and memories of family and the mainland. *Stone Dream* shows the varied lives of aborigines, Hakka people and immigrants from the mainland, living together in Guanghua Village located on Mugua River. The movie also depicts the changes in Taiwanese society over the past four decades, and reveals the interdependence of different ethnic groups from generation to generation. *Stone Dream* shows that

historical obstacles can be surmounted through respect and tolerance of different ethnic groups and cultures.

Depicting three old men's lives as farmers in Houbi Village, Tainan County, *Let It Be*, directed by Yen Lan-chuan and Juang Yi-tseng, reveals the profundity of Taiwanese farmers' sincere feelings toward the land. Looking at the crops the farmers have grown over the past 50 or 60 years, their suffering caused by Taiwan's entry into the WTO, and most youngsters' decision to turn away from agriculture, this documentary reviews the development history of Taiwan's agriculture. Despite living in adversity, the last generation of rice farmers accept their fate and continue to extract joy from the daily toil of working the land. Thus, the most precious assets of the lower rung of Taiwan's society are optimism and tolerance.

In winning the best documentary award for *Chronicle of the Sea along Nanfanao* at the 41st Taipei Golden Horse Film Festival, dedicated director Lee Hsiang-hsiu finally gained recognition. This film, using carefully considered scenes and mature cinematic language, is the first of its kind concerning the sea surrounding Taiwan to depict the decline of the trawl fishery in Nanfanao, Yilan County. Outlining the unique lives of local fishermen, together with their guest workers from the mainland and the Philippines, the film aims to demonstrate Taiwan's fishermen's courage, lack of choices, but acceptance of destiny.

Making use of relaxed and humorous images, and smooth rhythms, the young and gifted director Lin Yu-hsin made *Jump! Boys*. The story follows a gym instructor and seven young male students at Gong Zheng Primary School in Yilan County. After an arduous period of training, the team won a gold medal at a national gym contest. The documentary compares the gymnast's personal training experience in the old days with that of his students today, and reflects on the environment for nurturing athletes in Taiwan.

郭力昕

不碰政治的台灣紀錄片文化——「台灣國際紀錄片雙年展」的啓發

在台灣電影長期低迷、政府遲遲拿不出一個全盤電影政策與決心的這些年來，紀錄片製作在台灣卻幾乎一枝獨秀地蓬勃發展，成爲富有生產力的電影創作形式。今年讓社會矚目、票房走紅的《歌舞中國》、《跳舞時代》與《生命》等作品（尤其被政治人物背書加持的後兩片），更讓紀錄片似乎成爲國片新風潮。

人們可藉電影多瞭解一些別人與世界

紀錄片文化能在台灣社會被更大程度的注意與推展，原是好事，人們可藉以認識電影不只是看劇情、或進行感官消費，還可以藉電影多瞭解他人與世界。但紀錄片在台灣，一如其他藝術表現形式，鏡子般映照了台灣文化的某些特殊現象。從選擇題材的角度來看，一九九〇年代以降的台灣紀錄片創作者，絕少有人以「政治」爲拍攝主題。當然，這裡所指的並非廣義的政治：我們都知道，許多涉及性別、弱勢文化族群（原住民、客家、外勞、或社會邊緣人等）教育、勞工等議題的作品，都有相當清楚的政治性；而「個人的即政治的」，也使許多紀錄自身成長或家人歷史等的紀錄作品，有其政治性意涵。我說的是狹義的現實性政治，與台灣的政治現實。

在剛出爐的一份由國藝會補助的探討台灣視聽媒體藝術生態與補助政策的研究報告裡，順便呈現了政治主題缺席的紀錄片文化現象。例如，根據魏玓等研究學者分析發現，由國藝會自民國八十六年以來「紀錄片製作」類的補助情況，按題材屬性歸納的十一類主題裡，在總共三百餘件的申請

案、與八十一件獲補助案中，沒有一件是政治題材的作品。又如，台南藝術學院音像紀錄研究所自民國八十六年成立、截至去年爲止的過去七年裡的所有學生作品，沒有一部作品的主題，放在政治題材上。

就我所知，國藝會並不做「主題檢查」，但爲何沒有人以政治題材申請補助？而南藝紀錄所創所以來的幾位核心教授，以我的認識，雖然充分尊重學生選擇題材的自由，但本身其實是長期積極關注、並主張以紀錄片干預政治社會的學者與創作者。因此，是什麼奇怪的政治／文化生態與其他看不見的因素，使年輕紀錄者普遍不碰政治，或者缺乏比較宏觀的取材視野與探觸議題的意願？在多年來被政治或泛政治文化全面席捲的台灣社會裡，竟然幾乎看不見尚無任何包袱的學生或年輕紀錄片工作者，將鏡頭對準政治議題，再現、討論、提問、或批判台灣大有問題的政治文化，與民主化進程裡的光怪陸離，這毋寧是個尷尬的怪現象。

台灣國際紀錄片雙年展提供了看見世界的一扇大窗

已經進入第四屆的台灣國際紀錄片雙年展，一直爲國內的紀錄片生產者與閱讀者，提供了看見世界的一大扇窗子。相對於台北金馬國際影展在電影青年圈子裡形成的某種絡繹於途的趕時髦風潮，紀錄片雙年展有著相對實在的教育目的。2004年的紀錄片影展，除了一如過往地網羅了全世界各地的最新傑作，讓我們不僅認識多面向的世界觀，也繼續見識著紀錄片在敘事形式與創作美學上的多元呈現及寬廣可能。

不唯如此，今年的諸多單元裡，特別策劃了以攝影機對抗主流媒體與主流政治的「介入媒體」，以及深入認識以色列、巴勒斯坦衝突的「互望心中的國界」等等主題。當國內的許多紀錄片創作者常困於個人經驗的侷限，或當台灣隨著西歐文化語彙和語境，夸夸其談「後現代情境」下媒體文化的「超眞實」如何更甚於眞實之時，「介入媒體」單元的紀錄作品，提醒了我們：這個世界許多地方，眞實的政治與歷史正在發生，並且透過攝影機的紀錄與行動，人們正有力地改變著自己的生活與集體命運。這些紀錄片，既不「超」也不「後」（或「後設」）。我們更可藉著以巴問題的系列作品以自問：如果在政治情勢嚴峻程度十百倍於台灣族群矛盾的以色列與巴勒斯坦，都能夠產生像阿默斯．吉泰（Amos Gitai）這樣的以色列導演，不畏禁播與最後被流放的命運，堅持提出一個公正、包容、反省的政治紀錄片觀點，那麼，早已離開言論檢查或政治危險的台灣社會裡的紀錄者，還有什麼充分理由這麼畏懼政治題目？

期待台灣未來的紀錄片作者可以不再迴避政治議題

今年競賽類的台灣部分，是過去兩年來國內紀錄片作品的一時之選；它們各自展現了創作者的才華，與對各種議題的熱情關切或安靜思索。其中不僅有長期以來堅定對抗資本體制（勞工、環境等）的「獨行俠」羅興階的近作，也令人欣喜的看到年輕創作者郭書鳳在首部作品《薛西佛斯之福爾摩沙》裡，就將鏡頭對準台灣的族群政治（此作也已先入選今年的「女性影展」）。是否其形式或內涵稍嫌青澀，並非重點，而是這樣認眞並直接地面對與自己切身相關的政治議題，令我們可以相信或期待，台灣未來的紀錄片作者，也許終於可以不再迴避政治議題，能夠沒有陰影、不受特定現實政治利益牽絆地探討、反省政治。

原出處：民國九十三年十二月二十日 聯合報E7版 聯合副刊

作者按：本文於2004年12月11日刊於聯副時，有一個不全然正確的陳述：「由國藝會自民國八十六年以來『紀錄片製作』類的補助情況，按 題材屬性歸納的十一類主題裡，在總共三百餘件的申請案、與八十一件獲補助案中，沒有一件是政治題材的作品。」經曾獲該會補助的《暗夜哭聲》紀錄片導演洪維健先生來信指正，他的大作是講述白色恐怖的政治題材。由於筆者引述的研究資料，在此項統計表裡沒有「政治」一類的題材，但有「其他」這個題材類別，筆者因而疏忽了其中可能的政治題材。因此，最後一句應改為：「……沒有政治這個主題類別。」謹此更正，並向讀者與洪導演致歉。

郭珍弟

《跳舞時代》小筆記——1933，或是2004

知道我要到東京幾天，郭芝苑老師特地來信，列了一紙的書目和CD：藤原義江、三浦環、奧田良三；《僕の音樂人生》服部良一著、《素顏の古賀正男》茂木大輔著、《日本洋樂外史》野村光一等著。將信紙翻面，老師寫的每一個字都浮凸了出來。手指忍不住壓壓刻痕，觸感變成影像，郭老師正用左手壓著微抖的右手，用力寫下每一個字呢！趕緊將信傳給在東京的毓婷，請她幫忙找那絕版的舊書、剛出版的新書與78轉唱片復刻的CD。

這張清單，讀來既陌生，也熟悉。很遙遠，卻又隱約牽連著島嶼記憶中被遺忘的一段時光。

大正末期，西方古典音樂逐漸成爲東京中產階級娛樂生活的一部份。西方知名指揮家、歌劇明星陸續來到東京演出。1920、30年代，日本開始有了自己的「蝴蝶夫人」三浦環，「我們的男高音」藤原義江；更有受過西式音樂教育的作曲家與詩人紛紛投入新式歌謠的創作。聲樂家們開始嘗試「唱自己的歌」，〈紅蜻蜓〉、〈被罵的孩子〉、〈濱千鳥〉、〈秋的田野〉……在1936年到日本求學的郭芝苑老師，膽敢違逆父母的心意，不念醫科，執意闖入了音樂學校。是一股隨時代而臨的創作驅力，若春天初融的江水，湧動向前？

古賀正男的崛起是個異數，未曾受過正式音樂訓練的他，在1928年以一首〈慕戀你迷人的身影〉捲起了日本流行音樂的風潮。台灣收古物的販仔腳們，至今仍會在久無人居的老宅子，發現該曲不同演奏版本的78轉黑膠唱片。哪個演奏版本是年輕郭老師的最愛？流行歌曲版？管弦樂版？還是舞曲版〈慕戀你迷人的身影〉？

服部良一的歌曲，也在台灣長輩的記憶中佔據了好大容積。爲了宣揚「大東亞共榮」思想，日本在1940年前後積極推出「日滿支親善電影」。「支那之夜」就是在台灣頂轟動的一片。爲了創作主題曲〈蘇州夜曲〉，服部良一在蘇州居住了好一段時間。主演的李香蘭努力學習古典美聲唱法，

來表現服部良一兼容藝術與流行特色的歌作。當她隨片登台，那時正年少的阿公阿嬤們都促擠著，在台下高聲喊道：「我們認識你，李香蘭小姐！」不過，郭老師念念不忘的歌聲，卻是首先在日本唱紅了〈蘇州夜曲〉的渡邊濱子。她帶著古典女高音的光環走入流行音樂界，成爲「隨著節奏，輕輕將旋律唱出」的「麥克風歌手」。

我尋著這張清單，偷窺著郭老師的年少歲月。東方與西方碰撞著，古典與流行交會著。

放〈跳舞時代〉的唱片給郭老師聽。

郭老師拍起手，說：「小時候，鎭上的樂隊吹過這首歌！」西裝華服的小鎭樂隊，黑管、小喇叭加上狐步舞曲，曼陀林，小提琴，快四步的樂聲中有看熱鬧的鄉親父老。什麼樣的節慶？什麼樣的小鎭生活？來自城市的流行歌曲，在年輕人心中勾起什麼樣的嚮往？所謂「文明開化」的都會生活又是什麼樣子？想瞭解〈跳舞時代〉，因爲可以殺死一隻貓的好奇心。想偷窺很久的秘密，想偷窺老人家深藏不露的青春。

……「我從今天起拋棄哲學，開始談戀愛。」這樣，朋友就聲明從哲學家轉爲戀愛者。我反正從來沒有對學問這個東西下過功夫，所以馬上就回答「這樣比較好。」表示贊同的意思。朋友陰鬱的臉頰開朗了。...我們很快活。我們跳華爾滋，跳那自街上的舞廳偷看，而靠迷迷糊糊的記憶學會的華爾滋。我們穿過開始有落葉的噴泉公園，選擇最熱鬧的馬路走過去。那條馬路上有百貨公司模樣的大店鋪一間間排列著。我們就穿著寒酸的制服邁大步。

《天亮前的戀愛故事》翁鬧作
「台灣新文學」第二卷第二號1937 /1/ 31

翁鬧寫這篇小說時，人在東京吧？那有落葉的公園是日比谷嗎？

乍讀之下，小說中的主角也像是當年遊晃在台北街頭，手中拎著「悉達求道記」閒閒穿過新公園，刻意留著鬍渣滓的高等學校學生。

1933年，東京有日比谷公園，有叔本華，有藍波，有《春之聲》，有《My Blue Heaven》，有國民樂派……

1933年，台北有博物館，有新公園，有留聲機舞會，有〈Kiss Me My Baby Goodnight〉，有咖啡店放著貝多芬的〈田園〉，有黑貓黑狗暢言「維新

的世界、自由戀愛」，有古倫美亞的「第一回發賣新聞」……

……台灣第一次發賣由台灣人自己譜曲的眞正流行樂。林氏好所灌錄的〈紅鶯之鳴〉受到相當的好評。純純主唱的歌曲〈跳舞時代〉也做了宣傳... 十一月十八日，爲了這值得紀念的流行歌發賣日，本公司與市內特約店一起，發動三十多台的汽車組成車隊，由樂隊領先在前，在台北市內遊行……

〈紅鶯之鳴〉的曲調採自當時上海的流行歌曲〈蘇武牧羊〉。〈跳舞時代〉則是由鄧雨賢作曲，陳君玉作詞，純純演唱，可以說是台灣第一首純粹爲商業發行而創作的歌曲，也就是所謂的「流行歌曲」。（同一批發行的〈月夜愁〉及稍後的〈雨夜花〉、〈望春風〉也都是爲當時台灣初浮現的都會生活創作的流行歌曲；並非民間口耳相傳，隨時間推移變化的「民謠」。）

善彈鋼琴，能拉小提琴的鄧雨賢，有時也撥奏吉他或曼陀林尋找靈感。在總督府台北師範學校即展露了音樂才華的他，也曾去到東京的音樂學校再進修。然而，他在西方樂器上彈奏出的〈跳舞時代〉卻不是洋樂慣用的七聲音階，也不是東洋和風的陰旋五聲，而是傳統漢樂的陽旋五聲—以Do、Re、Mi、So、La建構的音階。

人力車伕之子陳君玉，擺過路邊攤，演過布袋戲，十五歲即赴青島日本報社當撿字工，自學了一口流利的北京話。〈跳舞時代〉卻是用台灣話白話文抒發了當時中產都會新女性所追求的理想生活。

原來是歌仔戲當紅小生的純純，在音樂老師的訓練下，學會了五線譜，著英式洋裝圓帽，用初初脫離歌仔戲的次女高音唱出〈跳舞時代〉：

「阮是文明女，東西南北自由志。逍遙佮自在，世事如何阮不知。阮只知文明時代，社交愛公開，男女雙雙，排做一排，跳狐步舞我上蓋愛。」

科技的新發明，改變了人們對於自我與世界的認知。首次被錄下歌聲的男高音，聽到自己的演唱之際，忍不住說：「這是魔鬼的聲音！」於是，在二十世紀初，古倫美亞公司所發行的唱片上總有這麼兩個字「Viva

—Tonal」，換成我們的話來說，就是「原音重現」。各種文明器用隨著無遠弗屆的交通貿易來到台灣，有形的物質也伴隨著無形的文化思潮，生活的變化彷彿在瞬間加快了腳步，於是音樂家、詩人驚嘆著，寫出「尖端世界」、「速度時代」、「黃金時代」等流行歌曲？

陳君玉在1934年寫下了〈黎明的青春〉——

東方漸漸發白啦！
拂著清風的青草—活氣奔騰
天地和悅般地幽靜
金雞也高高的唱了幾聲呵！
這—不是春的黎明嗎？

拍攝Viva Tonal跳舞時代，想說個什麼樣的故事？

史料在逐漸消逝中。

記憶的口述是選擇性的、片斷的、重新排列組合的。

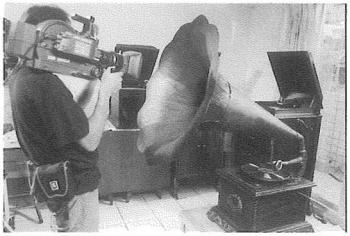
「眞相」或許不必然存在，記憶與記憶之間的空白卻是永遠引人遐思。我喜歡在縫隙中揣想著可能存在的故事，可能存在故事的不同版本。我享受老人家回憶青春的愉悅和釋懷。我也想學顧克維治（Sienkiewicj, Henryk）說：

「儘管世界和人生壞透了，但還有一樣東西永遠是好的——那就是青春。」

（轉載自聯合文學5月號）

簡偉斯

我的許多第一次——《Viva Tonal跳舞時代》側記



我之所以對《Viva Tonal跳舞時代》這部紀錄片的製作有興趣，檢視自己的內在動機，老實說，跟尋找自己的認同有關。

去年大約十一月份左右，選舉新聞充斥報紙版面，兩陣營互相攻擊的煙硝味已經甚囂塵上，期間我注意到一則新聞，標題有如一般選舉語言，我已忘記，非常不起眼的小角落，幾句話引起我的注意，大約是說，李登輝前總統提到：台灣人現在最重要的是要去了解台灣是什麼？我是誰？坦白說，當我看到這兩句話，內心相當感動。我是誰？台灣是什麼？是個哲學問題，也是個不斷變動的價值追求和自我認知，在我個人的成長過程中，這似乎是個永恆追求的課題。

認識存在主義，我第一次知道「我是誰」是個問題，然而第一次失戀，才眞正痛苦地去思考自己到底是怎樣一個人！身爲一個女性，直到認識女性主義，才逐漸尋回某種尊嚴，告訴自己必須揮別成長過程中性別差異造成自我貶抑的負面思考。身爲閩南族裔的台灣人，直到二十七、八歲，我才在八〇年代末期本土化文藝浪潮中，因參與劇場工作，開始牙牙學語努力講台語，在卡拉OK勉力唱著自己並不怎麼喜歡的台語歌曲。但那時我第一次感覺到作爲閩南人後代的尊嚴感，不像小時候講台語被說成沒水準，因而覺得自卑，遺憾自己不是外省人。然而長大了，講自己的母語爲什麼這麼不「連轉」，激情生澀地唱著母語歌曲時，內心爲何不時閃現尷尬？那時我第一次認眞思考：台灣是什麼？

歷史，以前我最討厭歷史，初、高中的歷史成績向來不好，我痛恨背誦無數的年代、戰役和改朝換代後又是哪位君王，這些數字和名字，大都與台灣無關，與自己生長的家鄉社區無關，歷史除了考試，有何意義？諷刺的是，近幾年我卻拍了幾部和歷史、傳記有關的紀錄片，我成了用影

像、聲音寫歷史、詮釋歷史的人，我了解到歷史何其繁浩，歷史是許許多多對後代人有意義的眞實故事，而令我感到有趣、感動的故事，如反對運動、婦女運動、第一位女詩人、女記者，乃至於《Viva Tonal跳舞時代》記錄常民音樂生活娛樂的歷史故事，偏偏過去的教科書都不曾提到。由於拍攝記錄了許多台灣的故事，我正在慢慢了解，台灣是什麼，我是誰。

有一位曾經參與民主運動而在新政府執政之後經常喝酒鬱卒的友人，看完了影片之後很感動，他對我說：「我在片中看不到我的過去、現在和未來，我卻看到我的源頭。」第一次，他講的話深得我心，沒錯，追溯自己的源頭，這也是當初激發拍片的熱情之一，那是一個阿公阿嬤少年時代的台灣，對我而言卻是陌生的台灣。

在李坤城先生家，我第一次聽到〈跳舞時代〉這首歌，是古倫美亞（Columbia）唱片公司在1933年發行的台語流行歌。當留聲機的沙沙聲中流洩出歌手純純尖細的嗓音：「阮是文明女／東西南北自由志／逍遙及自在／世事如何阮不知／阮只知文明時代／社交要公開／男女雙雙／排做一排／跳道樂道我上蓋愛……」，我感到非常驚訝，「文明女」、「自由志」、「逍遙自在」、「社交公開」像是西元2000年的時代寫照，這些字眼怎會出現在阿公阿嬤年輕的時代？這首歌完全顚覆我對於日據時代的想像，印象中台灣日治時期的歷史，就是殖民統治帶來高壓、戰爭、悲慘與貧窮，台灣曾經這麼文明快樂過嗎？這個好奇是探索的開始。

三年前，在公共電視製作人馮賢賢女士的引介協助下，我邀請郭珍弟導演，開始與李坤城先生合作籌拍《Viva Tonal跳舞時代》這部紀錄片。初步構想就是藉著坤城的音樂文物蒐藏，探索日治時期台灣流行音樂的濫觴，及其隨著時代動盪演變的歷程，希望以音樂文化爲媒介，表現當時台灣庶民社會活潑多元的風貌，洋溢實驗創新的時代氣息。李坤城的收藏令人驚艷。他蒐集了許多日據時代各式各樣的留聲機、唱片以及許多音樂相關的文物文獻，他總是細膩擦拭晶瑩發亮的留聲機金屬，小心翼翼從唱片封套拿出唱片，拿唱針，放唱片，癡迷專注的動作，令我印象深刻。他很能巧妙地結合器物的收藏價值及其史料意義，每一份文件、每張唱片、每部留聲機，他常常鉅細靡遺、如數家珍，背後還有曲折有趣的蒐藏的故事。他會仔細研究每份文件的來龍去脈，有時反駁前人對某些史料的詮釋，有時自己添加許多推論和有趣的揣測，例如他十分不以爲然某

些台語歌如〈雨夜花〉、〈望春風〉、〈補破網〉等歌被賦予反抗殖民壓迫的心聲，聽到原版唱片的歌聲，其實非常輕快，單純是當時男女愛戀的情歌。

與歷史資料有關的紀錄片，一不小心就會變得煩瑣無趣，來一段愛情故事應該不錯吧！那是個剛剛開始提倡自由戀愛的時代，流行歌也是在抒發年輕男女戀愛的情思與苦悶。根據台灣第一代女歌星愛愛阿嬤的口述，〈跳舞時代〉作詞者陳君玉暗中戀慕著歌星純純，卻從不敢表明，對純純言聽計從，總是默默爲她看顧咖啡店。純純個性剛烈，是個敢愛敢恨，多金時髦的黑貓女，跟陳君玉壓抑沉默的個性是個對比，想像這樣一個畫面：陳君玉坐在咖啡廳一角默默喝著咖啡，一邊寫東西，眼睛不時跟隨純純的身影，看她跟著大學生調情……這樣的畫面一開始就在腦中盤旋。

台灣是日本第一個殖民地，日本於二十世紀初傾力建設台灣成爲一個現代化的社會，台灣豐富的人力物資成爲日本母國建設的金雞母，但台灣人民也因而受惠，現代化的物質生活與知識教育使台灣社會逐漸與西方科技文明接軌。無聲電影及留聲機唱片音樂成爲新世紀的娛樂，年輕男女趨之若鶩，「維新的世界，自由戀愛」更是許多時髦男女念茲在茲的口號及標語。一九三〇年代以西方舞曲節奏爲旋律基礎，以男女情愛心聲爲主題的流行歌，逐漸取代歌仔戲、傳統南、北管戲曲，成爲年輕人口中喃喃念唱的歌謠，這是〈跳舞時代〉創作的時代背景。一九四〇年代台灣受日本軍國主義的波及捲入二次世界大戰，台灣流行歌的發展完全中斷，取而代之的是日本軍歌和愛國歌曲，成爲人人必須背唱的歌謠，於是台灣的「跳舞時代」在戰火中結束了。

三〇年代台灣的文藝工作者面對西方工業文明的衝擊，沒有拒絕、逃避，而是欣喜迎接、努力吸收，再轉化成適合台灣本土大眾的創作，從陳君玉的文章〈台灣歌謠的展望〉可以感受到知識分子或文化人的自我期許。當時西方歌劇、聲樂藉著留聲機、唱片傳來台灣，台灣地方仕紳、醫師、高等學校學生流行學小提琴、鋼琴等西洋樂器，西方的歌劇叫opera，台灣的歌仔戲正是Taiwanese opera，既然都是opera，那就試試用西洋樂器來伴奏歌仔戲看看，現在聽起來很新鮮，當年在市場上，顯然經不起考驗，台灣人還是習慣聽傳統樂器演奏，但這種實驗精神，令我感佩！當時有一首歌叫〈無醉不歸〉，是〈望春風〉作詞者李臨秋先生所作，曲風輕鬆，歌詞快樂幽默，中間穿插一段間奏居然是美國民謠〈稻草裡的火雞〉的曲調，很有趣，頗能反應酒徒醺然暢快的感覺。另外一首〈That's OK〉，一個失戀女子怨嘆男子負心離去，不過，你走吧，OK！

OK! That's OK!

我以爲流行歌夾雜英文是現在流行歌的趨勢，沒想到七十年前已經流行過了。許多情歌的編曲有小夜曲的間奏，優雅迷離，跟現在熟悉的戰後的台語流行歌有很大的差異。李坤成總愛說，當年從事唱片、留聲機相關工作的人，就好像現在從事電腦相關行業的人，是走在時代的前端。

陳君玉是一個頗有象徵性的人物，他早年因家貧輟學，做過攤販、布袋戲學徒，最後在印刷工廠當撿字工。十幾歲到中國青島日本人的報社工作，二十歲出頭回到台灣，不久開始嘗試寫歌詞向唱片行投遞。他與當時台灣新文學運動的知識分子走得很近，自己也書寫詩文刊登在報紙、文學雜誌。愛愛阿嬤說他常穿著中國式唐裝，留長髮，與當時日本殖民主流社會格格不入，陳君玉的詩詞卻響應台語白話文運動，用漢字書寫，必須用閩南語才念得通。他似乎遊走於菁英文學與大眾流行文化之間，跟愛愛阿嬤及唱片公司的人不甚熱絡，也不是受過高等教育的知識分子。但他和許多當時的文化人一樣，對於中國、台灣和日本有複雜的認同矛盾，純純、愛愛則是屬於西化、日本化的主流社會跟隨者。陳君玉喜歡純純，純純也當他是可以談心的朋友，對我而言，他們倆人很像台灣移民社會兩類人物性格的原形，這是我感興趣的，可惜他們的資料太少，紀錄片不能憑空捏造，或許這是一個很好的戲劇題材。

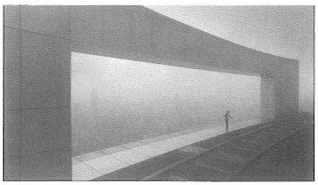
除了公共電視的資金，我們幸運地申請到九〇年度新聞局輔導金。原本希望以「超16釐米」電影拍攝，再放大成35釐米電影，也希望大量以戲劇重演的方式呈現部份情節，最後終因資金不足而作罷，還是以16釐米拍攝。從劇本討論編寫，到出機拍攝，我和珍弟、坤城的合作過程非常艱辛，許多細節在此不想贅述，根本問題之一是共同創作都要面臨的問題：每個人的想法不同，該如何整合？對於坤城而言，每一件文物資料都是寶貝，都很有重要的價值意義，他總是不厭其煩冗長陳述，我跟珍弟卻要不斷思考適合影像化的資料。珍弟對於音樂器物某些細節很著迷，對於老人家敘述、唱歌很有感覺，我則關心整部影片如何呈現那個時代的精神意涵，對於現代觀眾的意義是什麼？所幸我們在堅持、拉鋸、妥協之後，大家還是能夠吸收彼此最好的創意見解，所以這部影片個人色彩較淡，其實是集體創作，包括所有專業的製作團隊。

這是我第一次參與資金規模較大的製作，能與攝影師周以文、剪接師陳博文、錄音指導杜篤之等業界非常優秀的工作者一起工作，學習到很多。最感謝陳師父及杜哥，他們熱愛電影，專業的工作態度，不計較酬勞，毫不保留指導、協助、提攜後輩的風範，給予我最大的學習。

（轉載自聯合文學5月號）

李達義

從歌舞中國和跳舞時代的票房勝利談起



2004年夏天，台灣電影綻放出兩朵令人興奮的奇花，兩部少見在戲院中放映的紀錄片，《跳舞時代》及《歌舞中國》，在票房和口碑都大放異彩。這兩部片影像風格迥異，剪接敘事也相當不同；內容雖都和歌舞有關，但其所敘述的時空背景也南轅北轍。他們唯一的共同點，就是各開出一百萬以上票房數字。一百萬或許對在台灣動輒十數家戲院放映、拷貝數多達二三十個的美國電影而言，不過是其票房的零頭。但對於近幾年來慘澹經營的國片，特別是只有一個拷貝、在總統戲院一廳放映、宣傳預算只有普通影片的一半不到、而且一向被視爲票房毒藥的「紀錄片」而言，這樣的成績是值得我們喝采的。喝采的不只是他們的票房數字，更重要的是，這兩部片成功的行銷觸及到的觀眾，以及觀眾對影片的反應，是可以給所有本地電影工作者（絕不止於紀錄片工作者，應該是所有希望自己作品有百萬票房的電影人）一個重要的參考，畢竟，觀眾才是電影的命脈。因此，本文將從兩部影片的行銷宣傳切入，探討這兩部片不同的宣傳手法所觸及到的觀眾；最後再回到影片本身，探究觀眾和這兩部影片所能產生的互動。

《跳舞時代》：本土文化意識掀起的波濤

從來沒有一部片，能像《跳舞時代》一樣，享有中華民國行政院長「包場」，讓重要政府官員及文建會主委等人一起欣賞的殊榮；在媒體上爲這部片「站台」或發言的重要人士，更包括李前總統、吳念眞、小野等重量級人士。就行銷的觀點而言，這實在是再划算也沒有的手法，不但不用到廣告預算，而且這些名人來看影片，自然而然就有新聞版面，這是任何花錢的廣告都得不到的效果；更有甚者，行政院官員包場看電影，不但間接帶動了影片的人氣，包場的票房也直接貢獻了票房數字。

事實上，《跳舞時代》恐怕創造了國片觀眾包場看片的新紀錄。這種現象，對於觀賞電影這種高度個人選擇性的商業行爲，實在是很有趣的例

外。影片的行銷者看到了這部片凝聚台灣本土文化意識的潛力，加上影片上映的時間點，也剛好是總統大選後，一再被政治語言撕裂的台灣社會，最需要重新凝聚文化共識的時刻。行銷者對影片賣點精準的觀察，配合著大環境，竟然讓「包場」欣賞電影此種罕見的推票手法，獲得極大的成功，這不得不歸功於政治人物不斷賦予本片愈來愈強的本土意識。

不過有趣的是，如果我們觀察本片行銷的過程，會發現這部影片在各政治人物觀賞過後所「賦予」的本土意識（例如李前總統的影片觀後感「台灣人要走自己的路」），是隨著愈來愈多重量級人物的推薦，逐漸形成的。在影片上映初期的宣傳中，我們看到比較多的宣傳點是：一、強調本片爲繼《銀響子》、《愛戀排灣笛》後首次躍上大銀幕的台灣紀錄片，同時爲金馬獎最佳紀錄片；二、強調影片的女性意識，配合母親節，可以帶媽媽一起觀賞；三、影片中的歌舞；四、影片中非常珍貴的早期台灣影像紀錄（註一）。這些行銷點雖然也相當吸引人，也切中了影片的一些優點，但光憑這些，還是很難構成充分的理由，讓有使命感的企業主包場，鼓勵旗下員工欣賞。

當然，不是每一部拍攝台灣歷史的紀錄片，都能有這樣的條件。我們看到游院長和李前總統的包場，並非在影片一上映之時，這說明它並非行銷人員幕後的全權安排。行銷人員必須讓影片累積到一定的口碑之後，才能讓這樣的活動順理成章，也才能達到最大的效益。我們可以想像，影片剛上映時行銷人員也試著從傳統「影展觀眾群」下手，所以特別強調了台灣紀錄片面向；另外當然喜愛老歌和舞蹈的潛在觀眾，也是他們的目標，這些人可能並非傳統的電影觀眾，但流行歌曲和交際舞也有潛在的廣大人口。影片很快就在這兩種觀眾族群造成了口碑，所以之後本土意識對本片的推波助瀾也才有了著力點。

綜合以上我們所討論的本片行銷手法，我們可以推論本片除了吸引關心台灣紀錄片的長期影展觀眾外，更由於眾多重量級的政治明星推薦，引發了本土文化意識，這樣的行銷成功地將許多以往非（台灣）電影觀眾帶入戲院。本片七月還將繼續在台北光點戲院上映，其DVD也尚在熱賣中，這波本土意識所帶起的新電影觀眾能持續到幾時，還值得繼續觀察。

《歌舞中國》：手機、電子媒體及高畫質影像的魅力

作爲一部紀錄片，《歌舞中國》最不尋常的，應該就是它那一眼就令人印象深刻的黑白攝影。相信許多光看到本片的預告片的觀眾，如果不被特別提醒，是不會聯想到它是紀錄片的。本片行銷的活力電影負責人張三玲說，行銷本片時她並沒有特別強調這是不是紀錄片。她所看到的行銷點

是，由於這部片精采的影像風格和音樂，它非常適合剪一支預告片，在各種可能的影像通路上播放。

行銷經驗豐富的張三玲表示，《歌舞中國》難宣傳的原因，在於可供利用的宣傳者太少，只有導演一人。傳統的電影行銷宣傳手法，例如導演帶著明星登台，此處毫無用武之地。導演彭文淳雖然在廣告界已享有盛名，但對大眾來說他仍是毫無名氣的新人，這些因素都增加了本片行銷的難度。但在去年金馬影展某次放映之後，兩位記者朋友看完，信心滿滿地告訴張三玲，這部片具有商業潛力，她才下定決心來做發行。

相較於《跳舞時代》在內容上的時代性「大」訴求，本片可以說只有「小」人物的故事，因此除了網站上對於影片內容用文字敘述之外，本片的行銷手法可以說都是以影像和音樂取勝，特別是那支動感十足、節奏精準的預告片，在音樂和影像的配合下，讓觀眾感到即使撇開紀錄片最重要的「人、事、物」不談，《歌舞中國》也有其可觀之處。

有了這樣一支精采的預告後，重要的就是如何有效地下廣告預算，讓它在最經濟的情況下被最大多數的人看到。文前我們提到本片的宣傳部分只有導演一人可用，於是行銷人員決定讓導演發揮他最大的作用：從曾與導演合作過的廣告廠商，尋求協助。最後Sony Ericson手機和年代電視台的邱復生，都成爲本片行銷策略的一環。前者提供了贈送手機的活動，後者破天荒地出席了影片的首映記者會，爲影片站台。之後行銷人員也決定所有的電子媒體廣告都下在年代的三台（東風、Much TV和年代）。這樣集中的廣告策略看起來，好像會使預告片的曝光層面不足，但本片的票房證明，只要行銷人員事前精準的計算（東風和Much TV擁有年輕觀眾，年代新聞台擁有一般觀眾），以及和特定對象形成良好的合作關係（廣告費用可以降低），集中的廣告策略未必比同時在許多頻道下廣告效果差。

除了傳統的電視廣告外，《歌舞中國》也選擇在公車BEE TV（註二）播出預告片，很多觀眾也表示他們是在公車上看到了如此迷人的影像和音樂後，才決定到戲院看電影。從本片吸引了許多舞蹈專科學生看來，只要行銷者研究一下特定觀眾群的公車路線，這樣廣告也可以下的準又有效率。

綜觀《歌舞中國》的行銷，我們可以說它的成功，在於對於商品特性的完全掌握，以及對於行銷網路的事前精密計算。打完這場行銷戰之後，張三玲打趣對導演說：「請你下次拍片時，先找好贊助廠商，這樣之後我們宣傳就容易得多。」對於一部耗資一千三百萬拍攝，行銷也砸下超過一百萬的作品，一百多萬的票房數字當然是回不了本。但張三玲表示，重要的是這部作品打開了導演的名氣，爲導演將來的創作之路，踏出令人振奮的第一步。

《跳舞時代》的時代性 vs.《歌舞中國》的地域性

以上我們大致分析了兩部影片在行銷策略上的不同：《跳舞時代》走出以往紀錄片的宣傳格局，在平面媒體一躍而上政治版；而《歌舞中國》走的還是比較傳統的影片宣傳管道。我們可以假設因爲這樣不同的宣傳，兩部片會吸引到相當不同的觀影族群。由於資料的欠缺，我們無法求證這項假設；然而，我們還是可以觀察這兩部片某些類似的特殊面向，以及某些觀眾觀影後的心得，討論台灣紀錄片觀眾和創作者的某些傾向。

再現式（representational mode）的思考邏輯

在這兩部表面看來毫無任何相似之處的作品中，其實都含藏著「再現式」的思考架構。所謂「再現式的思考」，指的是用一種（局部）東西來指涉（或代替）整體的一種語言策略。這種策略的應用，通常是在「整體」太過龐大或複雜（例如某個時代或像中國、台灣這樣的概念），人們無法用感官的方式接去掌握，於是乎只好透過某種符號（秋海棠葉代表中國）、實物的影像（911前的雙子世貿中心代表紐約）或事件（猶太集中營代表了希特勒政權），來「代表」或「代替」（represent）整體。這種思考運作模式其實充斥在人類社會的每一個角落，成爲日常生活語言的一部份，以至於我們往往忘記了它的存在，忘記了語言和意義是權力網絡運作的角力場，到頭來受我們所選擇的語言邏輯的支配而不自知。

從《跳舞時代》的結構來看，「再現」是創作者在詮釋歷史時代的主要手法。影片一開始，導演就以畫外音的方式，自問：「這是一個什麼樣的時代？」很明顯的，導演意圖藉著老唱片收藏家李坤成的唱片人際網路所形成的多線探尋（古倫比亞唱片員工、宜蘭地區「林屋商店」、作曲家郭芝苑等人），來回答這個感官接觸不到、概念也無法掌握到的複雜問題：日治（據）時代末期（一九三〇年代）是個什麼樣的時代。

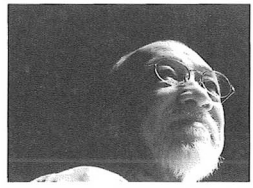
事實上這麼一個千頭萬緒複雜的時代問題，是不可能在一部一百分鐘的紀錄片中找到答案的。但創作者欲回應如此複雜問題的意圖，使得影片雖然以古倫比亞公司的員工爲主幹，以純純、愛愛和陳君玉之間若有似無的愛情爲血肉，但並沒有只侷限在他們的故事上。相反的，隨著李坤成因尋訪老唱片所建立的人際網路，導演試圖建構出一個比愛情故事更大的時代故事（註三）。然而，這些影片中平行進行的幾條線索，彼此雖能呼應，但我們很難說它們共同呈現出同質性的面貌，一同支持許多人欲從本片得出的結論：那是個開放（女性解放）的跳舞時代。就此觀之，本片導演在放映後座談會，引述某位台灣文化界人士的話說：「台灣今天的問題，就

是大多數的人沒有共同的生活經驗」（註四），就顯得十分有趣。我們知道要形成對過去歷史的「共識」，人們需要從各種各樣異質性的歷史痕跡，歸結出足以辨認明顯特性，用以「再現」（或代表）這那個時代。《跳舞時代》中被選中並且強調的經驗，就是〈跳舞時代〉歌詞，這歌詞被創作者賦予「展現了當時台灣新女性，所追求的理想生活」這樣的正面意義（註五）。事實上，本片的片名，如果按照影片探尋台灣三〇年代流行歌曲的脈絡，稱爲當時第一張流行歌曲專輯名稱〈Viva Tonal〉的直譯「原音重現」，會更爲恰當。然而，導演選擇了這張專輯中的一首歌〈跳舞時代〉作爲片名，除了帶出片中主要人物的愛情故事外，更有用其中進步的「女性解放」意識，來代表那個時代的意味。

無怪乎本片會被愈來愈多的政治人物，詮釋出其中所「暗藏」的政治意義，而這樣的解讀又會進一步回過頭來加強此種「再現式」的歷史詮釋，形成影片意義（時代意義）詮釋的爭霸戰。導演在座談中曾表示，這些流行唱片讓她了解到台灣日本時代歷史不是像教科書說的那樣，充滿悲情（註六）。從我們以上分析可以知道，導演此處用的是新本土意識同樣的「再現式」歷史思維，來對抗舊國民黨政權「再現式」歷史思維。國民黨用「外來統治者 vs. 心向祖（中）國的台灣人」的概念來代替日治時代，其代表圖像爲幾次激烈的抗日事件；而新的本土文化意識，同樣的試圖選取歷史中的某些特殊的面向，用來「再現」那個時代。

其實，《跳舞時代》影片豐富的內容本身，就已經抗拒這種「再現式」的簡化歷史詮釋。以片中主要人物作詞家陳君玉來看，他寫出了〈跳舞時代〉和其他代表女性解放意識的歌詞。然而同時我們也看到他參加其他的文學組織，而根據片中的一些資料，當時有許多文學組織，公開譴責或要求禁演歌仔戲，理由是歌仔戲內容多涉及兒女私情，敗壞了社會風氣。那麼，請問這些文學社團對這些描寫露骨的流行歌曲，又會採取什麼樣的態度呢？那麼爲什麼陳君玉會同時參加兩種價值相互衝突的活動呢？我們可以想像在時代思潮衝擊下的陳君玉，一定是一位充滿矛盾的悲劇性人物，而這些新舊思想，傳統與現代，中國與西方（或日本）思潮的相互撞擊，恐怕才是當時複雜的社會寫照，如果再參照純純口中，愛愛（影片中進步女性的代表）對他帶有封建價值判斷的負面看法，我們實在很難斷定當時是不是一個思想開放的「跳舞時代」。

相較於《跳舞時代》再現時代性的手法，《歌舞中國》的再現模式則



屬於地理性，而且是在導演和觀眾較知覺不到的層面，透過純影像的方式來進行。在影片開場楊楊的獨舞，和影片結尾處梁一的獨舞，無獨有偶地，都選擇在看得到上海摩天大樓的屋頂拍攝。當然我們可以很明顯地看出導演經營獨舞畫面氣勢的用心，但這個畫面讓我聯想到二〇年代紐約一些很知名的攝影，其中有一幅是一群建築工人坐在半空中鷹架休息的畫面。這幅作品後來成爲很知名的紐約代表，它成爲紐約的「再現」之一。當然攝影作品本身在紐約拍攝，本來就是紐約，但照片中摩天大樓所象徵現代性，以及工人所展現的活力，都隨著照片的再現紐約，而成爲這個城市意義的一部份，這也是「再現式」語言運作的特殊之處，當一個影像或符號能再現另一個符號時，原本屬於它的相連意義，也可以過渡到它所再現的事物之中。

上海摩天大樓的場景，讓原本只是梁一和他的學生的故事，和上海發生了連結。梁一和同學們追夢的執著與勇氣，慢慢成爲上海這個城市的寫照，由此更強化電影開頭獨舞中摩天大樓對上海的再現關係。更有趣的是，本片片名《歌舞中國》，更把歌舞和上海的再現關係，推向中國。於是摩天大樓+舞蹈，再現了上海；而上海這樣有活力、有夢的新興都市，再現了（至少一部份的）中國。

這種不明顯的地域性再現運作模式，或許可以解釋，爲什麼有部分觀眾認爲，《歌舞中國》影像風格特殊，但缺乏紀錄片應該要有的熱情（註七），對人物挖掘的不夠深入；但是導演卻一再強調，他拍這部片的動力，來自於對這些舞者的感動。這樣的差距，是因爲導演的感動最後沒能透過影像傳達出來嗎？還是台灣大部分的紀錄片觀眾，已經很習慣近距離的跟隨被紀錄者，拿著放大鏡去獲得個人情感共鳴式的感動，而導演所感到（或欲傳達）的感動，是那種用將小人物放到大時代中，進而代表正在起飛中的中國的感動呢？而這一切對導演來說都在影像中完成，不需透過故事。

小結

兩部紀錄片，一個過去的台灣，一個現在的中國；一部有歌，一部有舞，都是當代台灣紀錄片的精采作品。更重要的是，兩部作品都搭配了成功的行銷，開創了紀錄片行銷的新紀錄，這對其他的電影工作者應該是很好的啓發，證明只要行銷者知道觀眾在哪裡，事前精密的計算可以爲國片創造好票房成績的；更進一步地，如果成功的行銷，能成爲下部片製片時

的考量，那創造出屬於我們的電影工業就不只是幻想。

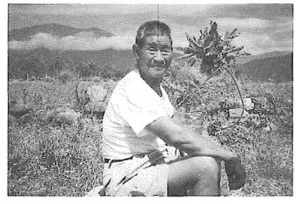
至於本文提出的「再現式」思考模式，我們看到它其實是支配觀眾、創作者和社會大眾共同的語言結構。對於相當程度已被本土政治意識支配的本土文化運動，「再現式」語言因爲其快速凝聚大眾的特性，常常被引用，無怪乎《跳舞時代》影片本身複雜豐富的紀錄，也難抗拒社會大眾或特定政治人士過於簡化的解讀。而對《歌舞中國》而言，被創作者不自覺援用「再現式」影像的手法，已經超越創作者意圖，而成爲觀眾和創作者間溝通成功或失敗的關鍵。不過我們要問的是，難道「再現式」思考是創作關於歷史或詮釋事件（或意義）的唯一手法嗎？期許對於意義生產模式（影片結構）有更深思考的台灣電影早日出現。

【注釋】

1. 第一和第二點，請參考《跳舞時代》正式網站http://www.vivatonal.com.tw/index.htm的活動消息；第三和第四點參考首映記者會，片中舞者和已故攝影師鄧南光之子皆出席。
2. 6月16日起正式在台北縣市公車上播出的電視頻道。
3. 這樣在結構上較為不集中在少數人的故事的安排，也遭到一些批評。甚至本片在台北電影節評選會議時，被部分評審認為「結構有問題」。主要的原因就是各線敘事之間沒有太多的共同關聯。
4. 5月18日晚間總統戲院放映後座談。
5. 參考《跳舞時代》的正式網站「Viva Tonal的誕生」選項。
6. 同註四的座談會。
7. 請參考《歌舞中國》正式網站的留言版，http://www.burningdreams.com ，以及Sean在看電影網站http://home.pchome.com.tw/club/seanych1968/中「一部娃娃車」的留言。

謝仁昌訪問・校訂　吳越修整理

挑擔者劉必稼：胡台麗談《石頭夢》



戰雲離亂的1949年，一個歷史的偶然，劉必稼追隨軍旅從湖南來到台灣。花蓮木瓜溪畔的光華農場一帶曾經是一塊亂石壘壘的荒地，劉必稼等新一波移民孜孜矻矻孵化河床地上的石頭，成爲栽種他們下半輩子的夢土。以劉必稼爲主軸貫穿四十年的時光，我們從1965年陳耀圻執導的紀錄片《劉必稼》認識中國莊稼漢的質樸形象，從2004年胡台麗執導的《石頭夢》傾聽新外省移民的內在生命，甚至輻輳出木瓜溪畔光華村落的多種族聚合、繁茂多姿的形貌，這不僅是一個歷史的意外，亦是一個地理的意外。挑擔者劉必稼，肩上的石擔早早放下了，但他偶爾遠眺故鄉的離騷，以及對與他偕老的亡妻的思念，這些無邊無際的對家國人情之念的孤獨感仍牢牢扛在他的肩上。（謝仁昌）

新土地上孕育的夢

問：您在什麼機緣下遇見了劉必稼？當時您已經看過陳耀圻執導的《劉必稼》這部紀錄片了嗎？

我最早遇見劉必稼是在1986年，當時我正在全台各地做榮民研究。花蓮榮民的分布形態很多元，我跑過眷村、榮家、自發性村落，也曾去過花蓮吉安鄉附近的光華農場。我的田野調查工作通常會在每個駐點待一段時間，先從他們的戶籍資料開始著手，再從中抽取一些人做訪問。就在翻閱光華農場的一些資料時，赫然發現劉必稼的名字，和紀錄片《劉必稼》的名字完全一樣，所以我很好奇想看看這個人。到了他家門口，我還一直猶豫要不要敲門，最後才鼓起勇氣敲門，之後有個人走了出來，在這之前我一直未有機會看《劉必稼》這部紀錄片，不知道他的確實長相。我問他有沒有拍過電影，他說：「沒錯，我就是！」我才確定他就是紀錄片裡的劉必稼。那次的邂逅很有意思，經由聊天的過程，讓我知道他這些年來的生活，他居然還翻出一張《劉必稼》影片發表當時的報紙，這是他的一個朋

友看到報導剪下寄給他的，本來只是問他可不可以讓我影印一份，沒想到他竟然要送給我，他說留著也沒有用。此外，令我驚訝的是，他自己從來沒看過《劉必稼》這部影片。關於那次造訪，我寫了一篇名爲〈劉必稼顯影〉的文章，發表於人間副刊。

問：1965年陳耀圻執導紀錄片《劉必稼》，在影片完成二十年後，亦即1986年您巧遇劉必稼，距離2004年完成《石頭夢》又過了近二十年，您在什麼時候開始構思拍攝《石頭夢》這部紀錄片？

我一直覺得這是一個很特殊的際遇，事後寫了一篇報導文章，也跟陳耀圻說我恰巧找到了劉必稼，我覺得陳耀圻是最有資格繼續拍劉必稼的人，再加上那時候我也在忙別的事情，沒有想到要發展這個題材。後來有機會再到花蓮，我會到那些地方去找老朋友，每一次造訪都感覺劉必稼似乎又老了一些。我記得1986年第一次看到他時，他將近七十歲左右，但身體仍然非常健壯，不只親自下田耕作，有時還會替別人耕地。那時退輔會還沒實施土地放領的政策，田地產權屬於輔導會，他還算是農工身分，他生平最大的願望就是有一天能擁有一塊自己的田地，所以我才把他的心境寫成報導。1999年，劉必稼已經八十多歲了，雖然年紀很大，但看起來仍然很結實、精壯，生活在台灣幾十年，在台灣新一波的移民裡，他有這樣的機緣讓陳耀圻記錄下來，我認爲這是紀錄片工作者的使命，所以我在沒有經費的情況下，跟攝影師李中旺兩人用十六釐米四百呎的底片，先拍個兩三捲，算是起了個頭。從1986年初遇劉必稼的十三年後《石頭夢》才正式開拍，從1999年拍攝到2004年完成，大約花了四年的時間，這中間斷斷續續的拍攝，期間也申請到新聞局紀錄片輔導金的補助。

問：「石頭夢」這個標題是怎麼出現的？劉必稼和他的繼子阿興兩代之間對石頭的理解與情感不同，石頭做爲兩代之間的聯結，輻輳出極其豐富的意象；而「石頭夢」與紅樓夢（石頭記）的文學性聯繫，似乎有以影片中的村落爲大觀園的隱喻？

我覺得《劉必稼》這部紀錄片給人最深刻的印象，就是一大片河床地裡全部都是石頭，而劉必稼一天到晚都在挑石頭、搬石頭。如果我要使用陳耀圻先生片子裡的片段，我會選擇這個部分，我覺得石頭是那個時代裡艱困的象徵，再加上劉必稼最大的希望就是擁有一塊自己的田地，所以他非常辛勤地搬石頭，從石頭地變成良田，田埂也由石頭鋪成，這個過程對他人生的轉換是一個很好的夢想。我個人覺得劉必稼給人的感覺就像個石頭般堅硬、不變，他在某些地方很固執，雖然石頭在河床裡不斷被沖刷，

但卻保有最原始的質素，劉必稼眞得像是河床上一塊不起眼的石頭。

我在寫《石頭夢》的企劃與拍攝動機時思索著，我一直覺得花蓮本來就以山水石頭著名，雖然沒有曹雪芹寫《紅樓夢》的奇情幻化，但花蓮的石頭如果有靈，也見證了一段來自中國大陸新移民在台灣東部的拓荒與定居的滄桑史，銘記住這片新土地上所孕育的夢。因爲石頭是一種歷史的見證，非常耐得住時光的流逝，而劉必稼就像一塊平凡的石頭。我曾引用《紅樓夢》裡的一段話：「無緣可去補蒼天，枉入紅塵若許年。」就像影片是在眞假之間做變換，另外「假似眞時眞亦假，無爲有處有還無」這句話也給了我很大的衝擊，特別是玫瑰石裡眞假山水的感覺，在時光的琢磨裡，竟然產生了如此的山水景象，平凡裡隱藏著不平凡。陳耀圻先生當初選擇拍攝劉必稼，我想一定有他獨特的想法，我記得當初有人訪問陳耀圻先生，他一直強調要找一位所謂中國莊稼漢的代表，我想他想像的應該是一種質樸的意象，對於這種意象，可能具有把人物浪漫化的傾向。劉必稼在陳耀圻先生的影片裡，他好像是個被典型化、抽象化的人物，他擁有某種質素，大家一看就有中國、土地、農村的印象。

我撰寫博士論文時，也在台灣的農村完成，就是《穿過婆家村》裡的那個村落。我一直對台灣的農民很有興趣，也很想去了解他們。在沒有任何經驗的狀況下，我在農村住了一年八個月，因此對台灣農民的質素多少有點掌握。通常我們看到外省榮民時都會產生一種眷村、榮家的印象，比較沒有和土地結合的意象；而劉必稼是個很特別的人，因爲後來的新移民很少能有和土地結合的例子，這跟台灣整體變遷有很大的關係。台灣解嚴後，我在光華農場接觸到很多怨氣沖沖的人，他們覺得努力了幾十年，到最後還是一無所有。劉必稼雖然也像其他人一樣，希望擁有屬於自己的田地，但他以無怨無尤的態度表達這樣的念頭，相當質樸。但也因爲他的單純，讓《石頭夢》在拍攝上有一定的困難。劉必稼的平常生活十分單調，有時候他就只是呆呆的在鄰居家看人玩牌，或是在家看電視，要不然就是在村子裡走來走去，就這麼幾個動作，也很少講話，拍攝的困難度很高。

邊緣的村落蘊藏豐富的文化

問：一個樣貌看似平凡的村落，影片抽絲剝繭，呈現了內在的豐富性，您是透過什麼樣的方式發掘出來的？像影片中有很多樣性的宗教儀式、祭典和巫術等等，這些和村民本身是原住民和外省人的婚姻形態有關嗎？您的片子提到村子因爲現代化的過程產生的環保污染與失業問題等，這些子題在影片裡也展現了村落的困境。

台灣以榮民爲題材的紀錄片不算少，當初我拍《石頭夢》時，不想只侷限在劉必稼的家庭；我覺得他的家庭應該要連著整個村莊，如果不了解這個村莊，恐怕也很難了解劉必稼的家庭。我想這是人類學的訓練，通常把個案放入一個整體的脈絡裡來觀察。

觀察這個村落的角度，如果以我一個外來者的眼光去批評有失公允，如果由劉必稼的繼子阿興自己來談或許會比較客觀。從他的成長過程來比較外面的世界，他覺得這個村莊非常邊緣，包括教育各方面都受到漠視，當然這和村民的婚姻關係、經濟狀況都有很大的關係。這個村子可說是台灣社會非常邊陲的地方，村民們總覺得自己被忽視、擺佈，凡是外面不要的東西都一律往這個地方扔，這種情形在早期更明顯。現在村民擁有自己的土地與財富，有能力去建造或修繕自己的房舍，村子就變得不一樣了，甚至有人經過時，還會讚美這個村落，這和我早期剛來時截然不同。我不想用「落後」這種詞句來形容，我只能用被忽視來談，就像阿興所說，很多年輕人一坐下來就開始喝酒，不是那麼積極向上，這可能和教育程度有關，也和突然出現的土地財富，以及花蓮這幾年的失業率高很有關係。老村長也擔心自己的小孩會找不到工作，他兒子後來在一家電子工廠工作，認識了一個越南女子，然後結婚生子。

問：村落裡的婚姻形態因時代改變繼續展現其種族融合的狀態？

我剛去的時候發現很多老榮民的妻子離家出走，婚姻的形態無奇不有，這種婚姻形態在影片裡我只是點到爲止，這和他們當時結婚的年紀差距有很大的關係。民國七十五年我剛到村子時，不少人的妻子年紀都在三、四十歲左右，普遍可說是不安於室的狀況，因許多老榮民丈夫都長她們十歲以上。隨著時光的流逝，妻子們的心態轉變成「認了」，也就安份的留在村子裡，影片看到的是後期家庭關係比較穩定的狀況。

早期一些階層較高的外省人常顯露出一種文化優越性。可是我接觸過很多原住民社會，他們大多認爲外省人是較易於相處的，他們遇見的老兵並沒有帶著高傲的態度。可能因爲這些外省榮民自身教育或社經條件的限制，他們反而具有比較開放的態度，對妻子的某些文化質素，他們也相當程度的接受，甚至任由其發展成村落裡很顯著的文化特質，譬如豐年祭時可以讓妻子主導和拜自己的祖先；就某些方面來看，村落裡太太的家庭地位並不是那麼低，太太和先生都是平起平坐，有時反而是先生顯得比較無能，太太卻是一副精明幹練的樣子。這是我所看到比較健康的一面。當然，早期婦女也有受壓抑的現象，只是經過幾十年的融合後，呈現出一些還不錯的情況。

問：在您一開始的企劃中，阿興的部分是不是沒有被寫入影片的結構之中？

完全沒有，我去訪問劉必稼時，他的繼子阿興還在南部服役，在部隊中擔任少校軍官。劉必稼會指著一張兒子著軍裝的照片，很驕傲的說：「我兒子在當軍官！」每次談到他兒子，他都覺得很光榮。如果這部片子只能用一年的時間攝製，像紀錄片輔導金的案子限定要在一年內完成，缺乏長時間的累積，片子的面貌恐怕不是如此。劉必稼的生活如此單調，每天大都是固定的幾個活動，《石頭夢》拍到一半，感覺上好像斷氣了。片子拍了兩年多，阿興從軍中退役回到花蓮的老家，阿興對花蓮特有的玫瑰石很著迷，常常到河床裡去找石頭，由此便發展出另一條和劉必稼對應的，父子兩代對石頭的情感互異的敘事線。我覺得阿興是個很特別的人，很能理解我們拍片是爲了什麼，很歡迎也很配合我們的拍攝工作。

問：影片中有一段很特別的段落，影像是阿興在河床上撿石頭，對話中您開門見山表示希望他這次談話的態度可以輕鬆一點，爲影片製造了一種疏離效果。還有一段是阿興過四十歲生日，宴後在客廳裡，劉必稼和阿興談到怎麼來到台灣以及與他母親婚姻的故事，這部分的話題是怎麼產生的？

拍攝過程中，我發現劉必稼和阿興交談得非常融洽。但我發現在他們的日常生活裡，兩人好像沒有這麼多話，可是每當攝影機出現時，他們都會非常配合拍攝，包括聊天聊得非常愉快、盡興，這讓我覺得好像太甜美了，這和眞實生活的距離太遠了。因此我決定那段不要攝影機出現，純粹是一段錄音，影像部分則是用其他空景畫面來搭配。我覺得那段錄音呈現的內容，是我拿攝影機拍攝時所無法捕捉到的部分。

阿興過四十歲生日那天是阿興邀請我去的，並不是我事先就設計好的。我突然想到劉必稼來台灣時，好像也是四十歲的年紀。我很不希望敘述劉必稼的過往經驗時太過依賴陳耀圻先生拍過的影片或是靠劉必稼獨自的口述，我一直在想如何讓這方面的呈現生活化一點。所以我才會在大家吃完飯準備切生日蛋糕時，問阿興要不要和父親聊聊當年的劉必稼，四十歲時的他在做些什麼？雖然我有點在引導，但我覺得在那個情境下應該不勉強，阿興那時的歲數就是當初劉必稼來台時的年紀，在這種情況下，劉必稼也比較願意把他的經歷說出來。我覺得這一段很有意思，劉必稼回憶他的過去時變得很臭屁，雖然阿興一直強調和父親不同，但在這一段訪問裡，可以看得出他們兩人很像，在軍隊裡的表現也都很傑出；更巧合的

是，兩人都是海軍陸戰隊，服役時也都分配到同一個地方。

情感的深刻與豐沛只在特殊時刻出現

問：劉必稼在影片中有一段在他的田地中談到他死後骨灰要埋在哪裡的段落，這是片中劉必稼表達最多最完整的一次，您和他之間的對話也很流暢，請您談談這一段過程？

那是1999年第一次訪問劉必稼時拍的，有時候當你和受訪者還不是很熟時，他們講起話來反而不加修飾，就像有時導演要求演員排演好幾次，最後發現第一次是最好的，最後一次反而是最差的。在發生這麼多事情之後，我回過頭想想，我覺得劉必稼原先講的話其實最有意思，我相信這個部分也最能讓他兒子阿興感動。就連和他生活了幾十年的兒子也不了解他，可見劉必稼多麼難以把內心的話用言詞表達出來，反而在我問了很多問題後，藉由這些交談，讓他兒子更加了解父親的一些想法。陳耀圻先生以《劉必稼》捕捉中國莊稼漢的形貌，我認爲我必須在內在的部分加強層次，我從劉必稼有限的談話與動作，甚至從別人的批評中看到更多有關他的特性與面向，就像一方面要歌頌他這位來自中國莊稼漢的純樸，但樸質的另一面卻是保守與不被了解。村裡有人說，如果村裡的人都像劉必稼，那村子就完了。

問：在繁多的紀錄片表現美學中，當然也涵蓋拍攝者自覺地從中引導受訪者的方式，您對這樣的策略應用在紀錄片中的想法是什麼？

我覺得其實無妨，紀錄片是可以很多元的，每個人的生活都不一樣，如果時間的限制只能拍那一年、那個月或那幾天，所能呈現的內容其實是很有限的，即使拍上五年，也不一定能把這些人生命中的某些特質激發出來，所以一些形式的引導，我認爲是無妨的。更何況如果放任被拍攝者自由聊天，他們原本聊天的內容就有自身的前後語意脈絡，觀眾不一定聽得懂他們在說什麼。很多紀錄片拍攝者常犯的一個錯誤是，自己很清楚拍攝內容，觀眾卻看不懂。因此，我覺得紀錄片拍攝者要有設計文本前後的自覺，日常生活裡可以講的話太多了，這些話的中間都要產生關聯性，這其實是很難的，如果能捕捉到中間關鍵性的元素，那就很棒了。

問：影片中有兩個段落讓我非常感動，有一段是劉必稼和太太搭乘火車回豐田，交互剪接《劉必稼》紀錄片中劉必稼搭火車的片段，您問他當時坐在火車上時腦中在想什麼，而劉必稼回答他在想

家，他眼睛一閉，場景就回到現場，讓人覺得鼻酸。歷史的偶然性讓他來到台灣，時間無情的流逝，再加上他對家鄉的記憶所累積的厚重情感，這段處理得十分動人；另一段是劉必稼妻子過世時，他說想回大陸老家去住，因爲留下來會睹物思人，這種感情的抒發很能貼近劉必稼這個人。

我很少在漢人喪禮裡看到先生淚流滿面，這個鏡頭讓我很感動。劉必稼可說是平常沒有表情的人，我原本預期就算是太太過世，劉必稼的反應應該也是很平淡，但沒想到他竟是如此激動，不斷地流淚，我覺得好眞情，他的情感如此深刻與豐沛，只是平時看不到，只有在某些特殊時刻才出現。這部分是不可能事先排演的，只是我剛好捕捉到這一刻。

問：《石頭夢》的最後一段處理劉必稼妻子的逝世，從影片中我們先看到一場喪禮，然後看到劉必稼和他們的子女，才知道原來去世的是劉必稼的妻子，在這之前似乎要有一段妻子生病的段落來做轉折，爲什麼影片中沒有出現？

那段時間剛好是SARS流行最嚴重的時候，整個台灣風聲鶴唳，哪裡都不能去，再加上我母親也摔傷住院，我都在醫院裡。況且劉必稼妻子進出醫院很頻繁，我也沒料想會如此嚴重。影片中有一段拍攝到有很多婦女和小孩在舞台上跳舞，後面還放著防治SARS的宣導布幕，每個人的心情好像覺得都在生病，他妻子住院就變成不是多大的事情。而且我家裡也出了事，我沒心情再去顧及每個層面，直到他妻子過世，才知道這件事。

問：整個拍攝過程中，有沒有讓您覺得比較困難的部分？影片的主題是在拍攝的過程中，根據這些線索慢慢發展出來的，還是您在做田野調查時就已經規劃好要如此執行？

我只能說如果要動態地去拍攝劉必稼這個人，其實是很難的，況且當我拍攝的是長片，男主角的年紀也大了，他的活動範圍有限，重複性非常高，所說的話也很類似，而這部片子有趣的地方就在於裡頭大多是別人在談他的事，他自己反而很沈默。劉必稼的個性就是這樣，等到他年老力衰了，沒辦法也不想冒輸錢的可能去打牌，只能在一旁看別人打牌。因此在這麼多靜態的畫面下去拍攝這部片子，可說是相當高難度。

劉必稼只有在一段時間會說很多話，也就是在他每餐飯後喝杯米酒之後。或許受酒精的影響，他喝了酒後比較會三姑六婆話家常，我也常趁這個時候多問點東西。因爲劉必稼的家庭比較單純，我本來想趁機利用他的

話帶出其他家庭的生活，這樣應該滿有趣的，但是我擔心會因此挖出某些家庭難堪的一面，也擔心會把片子拍得太瑣碎。我一直在思考我的目的到底是什麼，或許你會體諒這樣的村落爲什麼會發展出這樣的婚姻形態，但最後我認爲這部分並不是我要強調的主軸，所以捨棄不用了，只在片中帶上一點而已。

問：剪接的過程會不會很辛苦？您在拍攝的過程中就已經把影片的結構大致想好了嗎？片中您的旁白做爲第一人稱的敘述，是一開始就決定如此呈現？

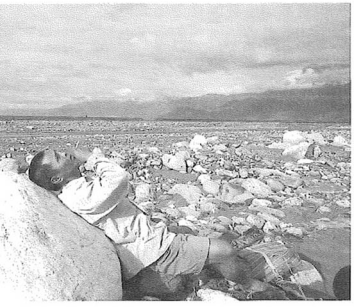
影片的結構還是要到拍攝結束之後才能確定。我沒有剪接器材，影片拍攝完成後，我一捲一捲地看毛片，每一捲都做記錄，把喜歡的段落或構想記下來，分分秒秒也都算好，到了剪接室時就很明確。剪接稿由我一個人寫，先在腦袋裡想一遍，包括聲音都挑好，我才進剪接室。每天的剪接工作超過十小時，《石頭夢》進剪接室後只花了兩個星期就剪好。剪接稿寫好後，進剪接室就只是挑選剪接稿上需要的片段，然後在陳博文師傅的徒弟劉春秀小姐的操作下編輯起來，最後再請陳博文師傅提修改意見。這部片子他對初剪版本提出了四、五處寶貴的修訂意見。我前一部片子《愛戀排灣笛》也是在進剪接室後兩個禮拜完成。

在影片裡使用自己的旁白不是一開始就這樣決定，直到剪接時，我才想到如何讓觀眾進入一個文化脈絡裡。這個脈絡對很多人而言是生疏的，我覺得還是要給個背景介紹，在我以前拍的影片裡，我盡量避免使用這種方式，只是對於這部影片，我擔心如果不用口白帶一筆，可能會有很多人無法理解其中的細節，尤其是拿陳耀圻先生的《劉必稼》與我的片子作比較，恐怕會有人無法區隔。這是就台灣放映而言，如果拿到國外去放映，我想可能需要更多的背景介紹，包括族群的遷移、融合的歷史資料等等。

以聲音的情緒鋪陳影片

問：您從人類學學術領域結合影像媒體來探索您關心的主題，早期我們看到您拍攝的原住民影片，影片風格比較偏重報導性與學術性，到後來的《穿過婆家村》、《愛戀排灣笛》等片，影片的抒情性格比較強，您如何思考這樣的轉變？

我會到一個村落通常是爲了研究才去的，但拍攝是我的另一個興趣，比較不受人類學的限制，要怎麼拍就怎麼拍，更何況經費大都由我自己籌措，不完全依靠民族所提供。早期經費拮据，可以用在拍攝上的經費非常



少，只能選擇某些特定時間或題材才去拍攝，等到像《愛戀排灣笛》和《石頭夢》有輔導金補助，在拍攝上才能更自由一點。我舉《愛戀排灣笛》爲例，排灣族是個很浪漫的族群，笛聲很特別，我就覺得該順著這種感覺走。我後來寫了一篇關於排灣族美學觀的文章，討論尋找排灣族的視覺體系和美學價值也是人類學的思考，它無法脫離人類學的學術思維，但我覺得在此題目下用書寫文字的方式來表達人類學顯得比較弱，如何透過影像去捕捉這個族群的特質，特別是影像很能表達對情感的傳達。如果我有足夠的影像能力，再加上題材本身也暗示著某些強烈的情感，我覺得就該讓它自然呈現出來。

到了拍攝《石頭夢》時，包括剪接及整個構想，我有一段很長的時間在聽各種音樂，我一直在尋找該用什麼音樂來襯托。以往我的作品通常只用現場產生的背景音樂，這次除了現場音樂，我之所以採用古琴音樂來做《石頭夢》的配樂，是因爲像劉必稼這一批從中國大陸來的人，如果要把他們和石頭結合起來，要談的應該是人的本質問題，我希望能有一個很質樸、定性的調子，聽起來該是很悠遠、古老且時間綿延的感覺，而古琴的表現方式剛好符合這些需求。有幾首古琴的音樂我聽了很有感覺，我選擇了〈流水〉，這首曲子非常古老，太空人首次登上月球時，也曾將它列爲地球上最古老的聲音之一，而帶上月球。沒想到這麼古老的曲子我還能和它有共鳴的感覺，我發現這就是我要找的調性，也是我希望劉必稼出現時必有的一個固定調性。影片一開始用的是〈廣陵散〉這個曲子，這也是整個影片中最具殺戮氣息的曲子，我曾查過這曲子的背景，原由好像是稽康在涼亭碰到鬼怪時所作的曲子。在古琴的評鑑裡，〈廣陵散〉是很奇特的，因爲古琴是要人修身養性，應該是很平和的，沒想到其中卻隱藏殺伐的味道，就像劉必稼這麼平穩平淡的人，他所經歷的卻是一個殺伐的時代，與〈廣陵散〉的感覺非常吻合，因此就放在影片開頭的地方。

問：古琴音樂和影片的整體結構是如何對應出來的？

我初聽〈廣陵散〉的感覺很好，心裡就出現戰爭、閱兵的畫面，用來帶領劉必稼回到現在的世界，而古琴有泛音，呈現一種夢境的感覺，讓我覺得一定要嚐試看看。整部片子我只用了三首曲子，包括〈廣陵散〉、〈流

水〉，以及另一首很好聽的〈瀟湘水雲〉，襯托影片中玫瑰石裡如夢似幻的山水畫面。瀟水、湘水在湖南，劉必稼也來自湖南，我選擇用這首抒情曲子來作爲整部影片調性的調節。當然影片中還有不少本土的音樂，我希望用一些聲音的情緒來鋪陳，就像玫瑰石裡蘊藏如此奇特的山水畫。劉必稼的村落看起來也不甚起眼，或某種程度被這個社會剝削，但其中包含不同族群的文化組合，卻變成了某程度的豐富性。《石頭夢》上片時我想了一個slogan：「石頭因多礦質而奇情幻化，台灣因多族群而繽紛美麗」。這些不起眼的新移民和本地混合後產生了一些很美麗的東西，就像劉必稼和台灣妻子結婚後，他平凡的人生因而有了多樣的變化。

銜接傳統與現代的對話

問：您在製作每一部紀錄片的開始時，通常是什麼想法會跑在前頭，引領您往下進行？

我會被某些東西打動，感動我的部分會拉著我走，但我不知道我有沒有把這些部分表達出來。我和劉必稼和村子裡的那些人溝通時，我會試圖去捕捉幾個特定時機。通常一般低階層漢人社會裡的妻子常常被男性沙文主義掩蓋，可是在這個村子裡，這種情形並沒有這麼明顯，包括劉必稼也非常禮讓太太，我一直在思考該如何用不著痕跡的方式呈現出來。劉必稼的家庭很節省，不過卻維持著一定的穩定性，像他兒子阿興雖然找不到什麼好工作，卻不放棄自己的興趣與追求。我覺得平凡人生裡的簡樸質地是最讓我感動的，我一直在思考有什麼東西可以象徵他們，有什麼聲音可以配合他們，就是這些元素一直在帶著我。或許這只是台灣社會的一個切片，但一代代的發展可能都是如此。

目前台灣社會紛紛擾擾，對外省族群不諒解，村落裡的人意識到這種情緒，有時也被激得很生氣。這些老榮民對家鄉的情感有著很自然的人性流露，存在於沒間斷的每一代移民中。但是，爲什麼現在有人要污蔑他們單純而眞摯的情感？我很希望他們站出來說話，讓對他們有誤解的人能夠好好思索一下，不要用政治的角度來看。我很不能忍受太泛政治化的觀點，既然我是紀錄片工作者，遇見了情感自然流露的這群人，我有責任站出來記錄他們的影像和聲音，讓誤解的那些人重新思考。

問：您長期拍攝人類學紀錄片，在學術研究與影像拍攝都得兼顧的情況下，工作的壓力必然比一般人超出許多，影像必定對您有相當的魅力？

在紀錄片或電影發展史上對影像的創意部分極其重視，鼓勵拍攝者用不同的方式把腦海中的構思創作出來，這部分對我非常具有吸引力。我在撰寫學術論文時，經常被很多因素限制住，但影像創作卻沒有這個負擔；如果只爲了寫論文到田野，和拿著攝影機到田野，兩者之間的動作會很不一樣。拍攝工作會增加很多和學術無關的動作，你會隨時被環境的美吸引，會爲了滿足自己的想像、美感經驗或情感表達而有特別的行動，並期盼自己在一定的時間內要抓到某些東西。很現實的是，當你年紀愈大時，可能會愈不能負荷拍攝的工作，因它要求你全方位的動員。拍《石頭夢》時我覺得比較輕鬆，我先前曾寫過一些分析榮民的文章，學術田野的部分已經完成了一些。我目前的影像拍攝跟著我的學術研究在走，學術研究與田野拍攝兩者同時進行時，我會覺得工作的壓力比較強。

李中旺是《愛戀排灣笛》和《石頭夢》的攝影師，我們的默契很好。但有時候我隨機要拍，沒有給攝影師足夠的時間去準備和調整鏡頭。我最近請中旺一起到一個阿美族村落出田野，他一時無法適應，因爲這次拍攝的機器不是十六釐米攝影機，而是使用DV攝影機。我做田野使用DV拍攝時幾乎是一直開啓不關機。影像做爲純記錄工具時，不需要太講究鏡位，但一定要全程都記錄下來。這和以十六釐米拍攝影片時的習慣非常不同。

問：在現代化的過程中，包括原住民部落的現代化等等，每個族群之間的生活模式的差異性變得很模糊，在原始傳統不斷遭受衝擊與流失的當代，您如何看待民族誌紀錄影片？

我很重視傳統和現代銜接的問題，尤其是從現代質素中去尋找傳統，這是非常吸引人的。某些傳統一直在消失中，但它又確實存在過，當我看到在現代化中的過程中傳統以一種新的樣貌出現時會覺得非常興奮，這些樣貌會刺激你的思考，甚至讓你感動，這是督促我去探索的最大動機。這就是人類學所說的搶救傳統，我不認爲傳統就要去搶救，而是當你接近傳統後會感動時，就特別注意是什麼傳統感動我，我會留意傳統在現代社會的處境，我想把這兩種對話銜接起來。當拍《愛戀排灣笛》時，我試圖讓大家看到比較傳統的形式，我覺得這些傳統是現在已經看不到的，透過某種重塑，讓大家再次看到，也許會因此影響到某些現代的思考；在拍完《愛戀排灣笛》後，我會希望部落能盡力將笛子這個樂器技術傳給下一代。現在排灣族很多學校都有教授笛子的課程，某種程度已經成爲一個時尚。我最近到排灣族部落的一個國小，我發現有位老師很認眞在教授笛子，很多學生人手一支笛子吹奏，這讓我覺得努力去做些事時一定會產生一些影響。如果影片能搭配強力宣傳，會讓外界產生更深刻的印象，因爲影像的

接觸和感動是比較直接的。另一方面，我也覺得人類學的研究太硬了，我希望藉由紀錄片的自由性呈現情感與美感的部分；透過我們的努力，讓影像聲音比較生動豐富的成分注入這個領域。

我希望能好好推廣每一次辛苦完成的影片。我覺得這部片子是在自己生長的土地上拍的，當然希望能和這塊土地上的人有更深更多的接觸。《石頭夢》曾在海外參展，我覺得外國人比較不能融入我們文化的脈絡，也比較不能理解影片到底想要表達些什麼；有時候影片看起來很容易接觸，但其實影片很難接觸，因其中包含很多文化意涵。我對這部分的體會愈來愈深，特別是在影展，如果選片者對某個地方的政治背景和文化背景不清楚，有時候影片拍得再好也無法入圍。電影的內涵需要另一種詮釋進來，這部分必須靠平常更深入去吸收多元的文化，或者每部片子需要提供更多的背景資料，因此我不排除對自己拍攝的影片作更多的解釋。

有些藝術電影或以藝術自居的影片創作者其實不太愛談自己的作品，可能覺得談得太多會把內容講白，因而減低了影片的藝術性。對我而言，人類學對我的訓練就是讓我把希望講出來的儘量全都表達出來。可能影片拍得沒有那麼成功地表達出來，如果我不借此機會表達，觀眾永遠不會知道那些該注意的內容。我希望影片能夠產生溝通的功能，在文化層面上具備潛移默化的效用，因此後續的推廣工作的確非常重要。

（轉載自《電影欣賞》雜誌122期，2005）

藍祖蔚

台灣的心肝——《無米樂》

《無米樂》，2005最好看，最有人味的一部台灣電影。

顏蘭權和莊益增拍攝的《無米樂》是台灣紀錄片，不，更應該放大成爲台灣電影的驕傲。因爲它的生命力與藝術成就遠比一般的劇情片更強猛。

《無米樂》的生命力來自電影中的每一位農民，《無米樂》的藝術成就來自顏蘭權和莊益增對於拍攝題材的理解、深入，同時找到最適切的表現模式，讓農家歲月的甘苦得能以最達觀、最鮮活的方式展現出台灣人樂天知命的眞性情。

紀錄片和劇情片一樣，都是用攝影機來訴說人的故事，都需要拍攝者與被拍攝者之間有一定的默契。差別在於：劇情片的幕前幕後工作者共同致力來奔赴或圓滿一個虛擬的共同理念與境界；紀錄片的拍攝者則是追求紀錄、呈現被攝者的眞實肉身、生命與靈魂。

虛擬的世界裡，我們得以揣想、窺見人性的本質；眞實的世界裡，我們直接闖入了被攝者的生活悲喜，因而得以發現或尋想生命的意義。

劇情片只能擬眞，要求演員進入角色的軀殼和靈魂，要以專業的做作追求虛擬的夢幻；紀錄片則是試圖將眞實人物、場景與事件帶到觀眾面前。關鍵在於，面對攝影機的時候，專業的人或者非專業的人還能有幾分眞實，又帶有幾分做作？專業人往往帶著意識與刻意的做作去忘我入神；非專業的人則是帶著警覺和僵硬，刻意地去還原自己的本色。專業的人掏洗得越乾淨，刻意得越不著痕跡，就越容易獲得好評；非專業的人，拿掉更多的緊張和謹愼，才能找回原來的自己。

紀錄片的工作者爲了超越攝影機的障礙，有的是直接把導演或採訪者都拍了進去，用自己的生命見証呼應影片的主題，拍攝者也成了被攝者；有的就是直接讓被攝者再次演出一次曾經發生過的故事；有的則是刻意迴避開攝影機存不存在的話題，剪掉所有的穿幫不自然，用人工修剪出接近

客觀眞實的作品……形式上的刻意，表面上是要追求客觀的再現，或者是做出更有效果的誘發，其實，卻往往墜入更大的瓶頸魔障中。

因爲，只要有攝影機在場，人就一定變得不自然。就如同蘇珊．桑塔格在《論攝影》文章中所說的：「攝影是某種殺戮、掠奪，攝影是現代世界與現實、歷史、時間的掙扎。」好萊塢電影《偷情》中對於藝術創作的本質有過一次精彩辯論：以他們的故事來創作可能是「強佔(taken)」行爲，卻也可能是「借用（borrow)」，不管是強佔或借用，劇情片的演員刻意忽視攝影機的存在，「假裝」成爲他的藝術成就關鍵；紀錄片的被攝者則是明確知覺感應攝影機的存在，能否繼續「率眞」成爲電影成就關鍵所在。只有攝影機不再是陌生人，攝影機是貼心的老朋友，紀錄片才有了呼吸和生命。

我不確知顏蘭權和莊益增花了多少時間和《無米樂》中的崑濱伯、崑濱嬸、煌明伯和文林伯這些老農夫相處，電影介紹中說他們前後拍了十五個月，拍出了三百五十小時的帶子，這是紀錄片工作者的宿命，用生命拚命地拍，最後只能精剪出兩個小時的精華。

但是電影會說話，鏡頭讓我們看見他們並沒有站在田埂上，「客觀」地取樣拍攝農民的生活，電影中，他們只有偶而出現了聲音，沒有用鏡頭帶出自己把腳踩進稻田的泥巴裡，用最接近水田的蹲姿，流下和老農一樣辛酸的汗水才取鏡完成的影片；他們不像一般新聞記者那樣喳呼式地走馬看花地採樣取鏡，更不像做研究的學者一樣刻意保持著距離，他們在農村裡一待就是十五個月，那十五個的停留與駐足，有如播種、耕耘、收割，才有《無米樂》的豐收，只有停留，才有思考；只有生活，才可能生根，才有生氣，才有呼吸……。

後來，我才知道莊益增家住屏東，當兵退伍後回到屏東老家跟著蕉農老爸種了兩年的香蕉，後來才被他老爸趕出門，因爲莊爸爸認爲WTO帶來的農業革命，在台灣當農夫是沒前途的，但是莊益增學了拍片技術，還是回到他最熟悉的農田裡爲台灣農民塑像也立傳。或許正因爲他們說著共同的語言，對台灣的土地有著相近的情感，從立夏的節氣開始訴說四時農家生活的時候，鏡頭穿透了所有人文和機械的障礙，一切就好像你赤腳踩進了稻田，一切就像陳明章的吉他音樂一樣，自然散發著濃濃的土香，汗從額頭流下，入口卻是鹹澀中帶有清甜。

《無米樂》最大的成就在於自然和工整。自然是天意，工整是技術，兩者兼融，就是藝術中的化境了。

先談自然。《無米樂》中的崑濱伯、崑濱嬸、煌明伯等人，明明白白知道身旁眼前就有攝影機在拍他們，然而表現得一點不生份、不僵硬，粗

口和汗水就自然從他們的軀殼中流露了出來，從每天早晨的三炷香祈求風調雨順、國泰民安到下田犁地的高低不平，幹活時就把汗衫半捲，露出大半個肥肚囊，好壞拙巧都好，人生不必重來，不必僞裝；除起雜草，想起放牛的好時光，想起不願施藥傷地的不捨，喃喃自語的生命對白才是眞性情，從他們的眞情語言裡你就能明白「日出而做，日入而息，帝力於我何有哉」的詩句，是何等率眞有力地描繪著他們的心胸和志節。

他們是平凡的小人物，務農辛苦，隨口說出：「工作這麼多，錢卻沒有這麼多，錢如果像泥巴這樣翻來翻去不知有多好？」卻直率得讓人心酸；再聽崑濱伯說：「有時候晚上來灌溉，風清月朗，青翠的稻子映著月光，很漂亮！心情好，就哼起歌來，雖然心情（擔憂），不知道颱風會不會來，或病蟲害，也是無米樂，隨興唱歌，心情放輕鬆，不要想太多，這叫做無米樂啦！」你卻只能跟著輕聲歎息，農人的辛苦，不是我們都市裡的文人，不是網路上咬文嚼字的人可以理解的，台灣老農對這塊土地的愛，就是《無米樂》最眞誠感人的地方所在。

但是《無米樂》更大的成就不只是台灣老農眞性情躍然銀幕和精雕細琢的藝術成就，更是《無米樂》超越時下紀錄片的成就格局的關鍵所在。

顏蘭權和莊益增在那十五個月的工作期裡，其實花了相當長的時間去守候和看景，每一個鏡位，其實都是絕美的構圖，都是從生命裡走過的汗水印像，都是打心眼裡，打生活裡對台灣農村之美最衷心的禮讚與歌頌。所以我們才會在明明最手工最純樸的農家生活中，看到最唯美，明明是雕琢，卻渾然不似工匠而是天意的畫面經營，成就最精彩的影音對話。讓紀錄片有好看的畫面，有動人的結構，有生猛的生命，才能結構出讓人驚歎的佳作。

時序已經又是炎熱夏季了，嘉南平原炙熱的陽光依舊讓人熱得發昏，但是台灣的稻田多數都要休耕了，農民佝僂的身影快要成爲史書上的黑白的影像紀錄了，台灣的農田未來會是何等面貌？沒有人知道，但是一部《無米樂》，爲即將消失的影像留下最後的紀錄。那是台灣的資產，那是台灣的寶貝。

廖鴻基

搭一座橋——《南方澳海洋紀事》側寫

2000年夏天，在墾丁海域作鯨豚調查時，香秀突然來訪，爲一個漁業文化紀錄片的申請案，她專程從台北下來。

幾年海上工作，有很大的感觸，覺得地球上可能再也找不到第二個，像台灣這樣四面環海而又與海如此深遠隔閡的海島了。我的海洋工作及書寫，背後有個迫切的使命，就是盡力搭起更多道台灣與海洋間的橋樑，好讓我們這座島，儘快回復與海洋的正常關係。

聽到香秀打算拍有關海洋的紀錄片，心頭一亮，這分明是一座美麗的橋樑；影像的立即渲染效益遠超過文字或舉辦相關活動。可是，過去的漁事經驗告訴我，要拍這樣的紀錄片並不容易，甲板的搖晃畢竟不同於穩固的陸地，若拍攝團隊航海經驗不足，海上工作會有適應問題，以及一般漁船或漁業公司有排斥女性等問題……諸多技術及現實困難，對一位女性導演來說會是嚴苛的考驗。我鼓勵她拍，但也告訴她這些現實。

香秀似乎並不在意，她的回應讓我覺得，她已經下定決心。

後來這申請案沒有通過，算是失敗了。香秀告訴我落選的主要原因，是她對漁業、對海洋的底子還不夠扎實。

以爲這座美麗橋樑從此幻滅。

沒想到，不過才兩年沉潛，香秀捲土重來。終於通過了申請案。

她是個執著的人，籌備期間她好幾次提到，打算用35釐米電影規模來拍這部紀錄片。我曉得甲板狀況，也曉得她獲得的補助資源相當有限，這些條件都不適合如此大手筆的來執行計畫。但是她堅持。即使後來拍攝過程中，由於入不敷出而負了一大筆債，她仍然堅持。

幾乎每個假期、每個週末，她都浸在南方澳。找漁業公司、找漁撈長、找漁人家屬……有次她要帶我到《南方澳海洋紀事》片子裡出現好幾次的「秀春檳榔攤」，竟然是穿梭在南方澳在地人才可能曉得的小巷弄裡；她也提到幾次，某某漁撈長若不在家的話，她就會到找到某某餐廳或某某人家裡；爲了這部紀錄片，香秀儼然已經成爲半個南方澳在地人。

紀錄片我完全外行，對這部片子所能提供的協助，僅是過去的漁事經驗。女性限制，香秀無法隨船出航作業，因而，我有機會與工作團隊隨日式大型圍網船到澎佳嶼海域執行拍攝工作。

圍網船母船約500噸，滿載漁網及漁撈設備，無論甲板或底艙，船上幾乎每一吋都作了充分利用，船員在這樣有限的空間裡擁擠的生活著；臥舖差不多像櫥櫃裡的一格格抽屜；用餐時，甲板還得權充餐廳；浴室、洗手間簡直無從轉身，而且，圍網作業都在入夜後開始，往往直到天際出現曙光才收工。這趟出航，讓我非常佩服一起上船的攝影工作團隊，差不多只用一天的時間就適應了這樣窘迫、這樣迥異於陸地的環境，出航第二天，他們已扛起攝影機開始工作。

海面熱鬧，燈火在墨暗海上被放大了，漁場裡每一艘船都像是周身掛滿了星星。下網作業當然是重頭戲，但下網時機並不可預期，從尋魚、聚魚、等待恰當的水流，這過程往往相當漫長，變因無常，經常得漏夜枯候。有一晚，好不容易終於候到了下網時機，所有船員著裝甲板待命，燈船也靠來船尾連結了網纜；一場戲已經盛裝只待簾幕拉起，只待漁撈長一聲令下；誰知道，突然喊停，燈船解了網纜離開，船員撤出甲板，船隻下錨，熄燈；一場戲還沒開演就散戲了。整個晚上的等待、期待，倏忽就空虛掉了，仿如眼見一波高潮逐漸蘊釀，怎麼忽忽就跌落谷底。一個晚上就在等待中這麼過去了。

甲板上的拍攝工作，除了必需適應顛簸、擁擠、晝夜顛倒外，還得具備等候的體力及承受隨時空歡喜一場的韌性。實際參與拍攝工作才能瞭解，片子裡所呈現的每個畫面，儘管短短幾秒，都可能是枯候終夜曠日費時等候下的結晶。

漁撈長阿海伯待在昏暗的駕駛艙裡，整晚瞪著泛著螢光的幾部漁探儀，他透過麥克風下達命令。他的命令通常很短，一個短句或一個詞，對圍網漁撈流程並不熟悉的我們，當然難以理解。觀察了幾晚、幾網，才稍稍摸懂了作業模式。船下聚了多少魚、魚群深度、海流狀態，決定下網時機。母船熄了所有燈火，下網前的片刻，船上氣氛如攻擊發起前壕溝裡的肅穆氛圍。一句「落網」，短得不能再短的命令，立即改變了沉寂幽暗的漫長等待，蜂鳴器噪響，桅竿上的警示燈躁轉，船身傾側，後甲板哨音大

作，煙囪冒出汩汩黑煙，船隻衝出，船艉堆積如山的漁網紛紛蛇擺落海，船員在甲板上奔跑就位。這所有秒與秒之間的衝刺，如硬碰硬的對決容不下喘口氣的緩衝，而且，都在暗幽幽裡匆促行進。這氣氛、這畫面，不容易捕抓。直到網袋收攏，直到確定圍住了一群魚，直到運搬船靠過來右舷準備載魚，甲板燈才會打亮。

廚房傳來魚香，大廚用豆豉燜了一鍋才上網的鮮魚。作業結束，將近破曉，船員摘下手套抹著額頭汗水吃魚，這不再只是宵夜點心，是獵人流汗忙碌後享用獵物的莊嚴儀式。

第五天凌晨，運搬船靠過來撈魚；氣象播報，關島附近的低氣壓已經形成颱風；拍攝工作告個段落，我們打算隨運搬船返回南方澳。母船和運搬船相隔約五十米，之間連結了纜繩；算是搭起一座橋。浪頭大，兩艘船各自晃搖不止，這道纜繩時繃時弛，五十米短短距離在如此海況下，簡直咫尺天涯。無論如何還是得跨過這道鴻溝。裝備先過去，網袋裹住攝影器材，懸吊在這條連結的纜繩上緩緩被拉過去。一波三折，好幾次網袋下墜，距離海面不到一尺；這情況讓我們都捏了把冷汗；攝影師小秦說，這些攝影器材是導演租來的，價值好幾百萬，一碰到水就沒救了。心裡想，香秀眞是大膽，只要一個小意外、小差錯，都可能讓她一輩子負債。

幸好，有驚無險，器材都安全過渡了。換我們四個過去。網袋一吊離船舷，感覺像是從懸崖往下跳，一路凌空擺晃，腳下是撲上、離開、又撲上的晃蕩海面；年輕的錄音師不斷驚呼：「下次不敢來了……」

撤了連結船纜，我們揮手道別母船；五天相處，離開一段距離後還看見漁撈長阿海伯在駕駛艙窗口揮動的手。運搬船有別於母船的擁擠，相當寬敞。拍攝工作順利，返航的心情特別愉快。

天亮後不久，看見台灣山巒浮出海面，斷訊五天的手機活了過來。

遠遠看見鼻頭角，三貂角 ……陽光亮麗，看見龜山島……北方澳岬，蘇澳港燈塔。

正中午進港，終於回來了。

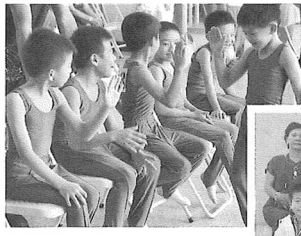
看見香秀在碼頭上揮手迎接，感覺離開好久了，好像從遙遠的另個世界回來。

洗澡、刮鬍子、吃了一大碗冰，漸漸恢復人間模樣。他們三個都說，陸地好像在搖晃。

相當的毅力、勇氣及堅持才完成的《南方澳海洋紀事》，隔年，獲得金馬獎，讓這座原本美麗的橘樑更加美麗。這部片子，是海島「走出去」的具體行動，是海洋精神、海洋文化的實踐。

黃香瑤

《翻滾吧！男孩》



《翻滾吧！男孩》記錄著七個體操隊小男孩參加全國比賽前的暑期訓練過程，導演林育賢的哥哥林育信是體操隊教練，曾經獲得亞運體操金牌。這並不是關於我哥哥的回憶錄唷，因爲他還沒…掛點，導演俏皮地說。

電影從一張老照片開始，那是哥哥小時候，和其他體操隊小朋友合照；後來，電影結束在同張照片和幾則當年得獎的報導剪報：這小孩現在在健身房啊、誰誰誰在師大、這位在賣那個欸…烤雞，啊這個…坐了牢…。時間沒有表情，滔滔翻了過去，時間從來也沒有要爲任何人負責，生命畢竟是自己不停的選擇與被選擇。

假如時間重頭來過呢？看著照片，我們問。

然後，就有了這部電影，同樣七個小男孩不正成爲一個模型，讓我們，讓當初任何相信或不相信林育信會成功的人，對照著理解成長路上的關卡。連理想這字眼都還不懂的他們，到底怎麼能夠、而又是爲什麼，待了下來？

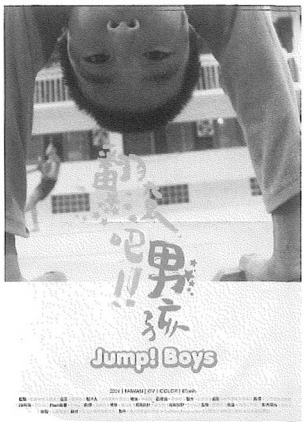
《翻滾吧！男孩》其實輕快、活潑，從之前入圍金馬短片的《鴉之王道》、《街頭風雲》開始，導演林育賢的記錄總在一個獨特的位置。街邊塗鴉、西門町少年或集訓體操小選手，都是可大可小的題目，大可以大到在比較高的位置去審視檢驗然後觀點什麼，而小又可以小到窺奇或快照的，

但導演並不屬於這兩者，他從攝影機後面走出來，走進了攝影機前面的街道、體育場。

林育賢小時候很崇拜身手矯健的哥哥，也想學體操，爸媽說家裡有一個小孩練體操就夠了，堅決反對，並將他轉學。《翻滾吧！男孩》表面上是很兇的教練有一個拿著攝影機的弟弟，好奇又親切地問東問西，怎麼哭了，累不累啊，是你自己想要練下去的嗎，爲什麼喜歡體操呢…；但難道，導演不正其實挨著他所不瞭解的某個樣子的哥哥，丟一大堆問題。導演偷偷跑到攝影機的這一邊，和當初那個不讓他跟在後頭的哥哥，膩在一塊。

「這是一個宜蘭鄉下教練和七個小男孩的成長紀錄故事，湊巧那位教練剛好是我哥哥……」；電影，竟然也還眞的可以被哄說只是湊巧，只是單純而快樂的紀錄，攝影機牢牢抓住小朋友的表情，他們之間的關係，攝影機尾隨進了班級、家裡，小男孩漂亮的身手還是讓我們驚豔，但在這部電影裡，這些翻滾卻再不是最重要的了！

電影穿插著林育信娓娓心路歷程，好像一個望子成龍的父親聊回自己的辛苦，重心還是擺在對小選手們的期許，但不知道導演心裡是不是激動著把這整路的驕傲和淚水，一一就著跑過去的底片印證呢？電影結束了，這個暑假是七個小朋友的中途站，未來依舊未卜；而某個已經落定的未來，在這個暑假，我們追回了它的歷史。



影視匯流大趨勢

「整合」似乎成爲時代趨勢：「科際整合」、「整合營銷」、「資源整合」……，隨著網路、儲存技術的提升，匯流的浪潮亦開始席捲媒體：電影、電視、光碟、網路幾乎已匯流成視聽媒體的江河。

由於電影、電視產業在台灣的此消彼長，早期被電影從業人員視爲退而求其次的電視產業，現在也開始投入電影的製作了，例如台灣的緯來電視台開始投資朱延平等多位導演拍攝HD格式的商業電影，以供其頻道播映；公共電視在紀錄片與藝術片兩方面更是挹注相當大的心力，《擁抱大白熊》的叫好，尤其《跳舞時代》的商業成功與得獎，更是使大家益形關注此一趨勢，公共電視的製作人馮賢賢特爲文披露他們投拍電影的歷程。

藉由網路快速即時、數位複製、自主傳播的特性，幾隻會以屁聲演奏《生日快樂》歌曲的可愛貓熊，迅速地在網路上以FLASH動畫的格式被流傳開來，並從台灣蔓延至整個亞洲地區、全世界。電視豆公司創造了一個老少咸宜的「角色」(character)，然而一個「角色」如何從「虛擬」的網路形象開發成爲影視作品？其週邊產品的「具體」收益爲何？電視豆股份有限公司的行銷副總許榮宏先生在專訪中詳加解答，並闡述其電視作品《魔豆傳奇》的「國際集資、台灣原創、日本加工」的獨特製作方式。

寬頻網路的崛起，使得網路不再只是單獨承載數據交換、文字資料傳輸與低階影音的工具；逐漸整合入電信通訊、聲音廣播、影音視聽的功能，SOURCE提供者亦逐步重視開發此一區塊。2004年中華電信公司推出「MOD」(Movie On Demand)，消費者在家透過ADSL與機上盒即可收看電視節目與廠商所提供的付費影片或表演節目，毋須前往錄影帶出租店租借影片。隨後數位公司亦推出「數位家庭中心」(DFC, Digital Family Center)，除了

前述功能外，更擴充了電視影像電話、數位廣播等功能，包羅萬象。明道管理學院的王路易副教授撰文介紹了網路影音的原理與各種模式。

電影、電視、廣播、電腦等業者業已開始匯流成自由競爭的數位化潮流，並將衝擊各傳統傳播通信服務業。

Major Trend in Integrating Movies and Television

Integration has become a modern trend. Examples can be found in areas including science and technology, business marketing, and resources. As the speed of the Internet increases and storage capacity is raised, a tide of audio-visual integration is sweeping across areas such as movies, television, optical discs, and the Internet.

As the movie industry has declined, the television industry has grown. Looked down upon by the movie industry in earlier days, the television industry is increasingly getting involved in movie production. For example, Taiwan's Videoland has begun to produce high-definition commercial movies (by various directors including Chu Yen-ping) for its own channels. The Public Television Service has expended a great deal of effort to produce documentaries and art movies. Given the fine reception of *Bear Hug* and the commercial success and awards won by *Viva Tonal*, people are starting to pay more attention to this trend. Public Television Service producer Feng Hsien-hsien has written an article about the processes involved in making such films.

Cashing in on Internet features of real time streaming, broadcast autonomy, and ability to facilitate digital duplication, a Flash animation cartoon featuring several cute Pipi pandas breaking wind to the rhythm of "Happy Birthday" appeared on the Internet. The Pipi craze rapidly spread from Taiwan to other parts of Asia and the world. TV Bean Co. has created a character popular among people of all ages. In an interview, Mr. Hsu Rong-hong, vice general sales manager of TV Bean Co., gave detailed answers to questions concerning how such a character is developed from a virtual Internet image to an audio-visual product, and the specific benefits of peripheral products. He also elaborated on the international funding of television production "Panda Monium" and the unique production method combining an original Taiwanese idea with additional input from Japan.

With the rise of broadband, the Internet is no longer merely restricted to data transmission, and the exchange of poor quality images and sound. The gamut has expanded to include telecommunications, radio and audio-visual images. Source providers are gradually paying more attention to expand these areas. Since Chunghwa Telecom presented Movie on Demand (MOD) utilizing ADSL and set-top box in 2004, consumers have been able to watch television programs, films and other performance programs (for a fee) in the comfort of their own homes. As a result, viewers no longer need to traipse to local DVD stores to rent movies. More recently, we have seen the introduction of the Digital Family Center (DFC). The DFC includes additional functions such as audio-visual telephones and digital broadcasting. Assistant Professor Louis Wang of Mingdao University has written an article introducing the principles and various forms of audio-visual media on the Internet.

The movie, television, radio, and computer industries have already begun to engage in integration and compete to offer digital products and services. This trend will undoubtedly impact traditional players in broadcasting and telecommunications.

馮賢賢

公視投拍——紀錄片的新天地

近年來，台灣電影出現疲態，紀錄片創作則日益興旺。2004年，《跳舞時代》與《生命》兩部紀錄片前後在院線上演，讓台灣觀眾對本土紀錄片有了新的認識。他們發現，紀錄片可以跟劇情片一樣好看，甚至比劇情片更讓人感動。紀錄片可以讓我們審視自己的存在情境，看見我們的過去，關照別人的生命。

當然，《跳舞時代》和《生命》上院線時之所以能夠引起很大轟動，都有其特殊的條件。李登輝前總統強烈推薦《跳舞時代》，以及陳水扁總統替《生命》站台，看似偶然，其實影片本身的實力，包括議題的重量和故事本身引起的共鳴，則是讓偶然得以發生的必然。

或許有人認爲，紀錄片不該靠政治人物背書。但在台灣特殊歷史情境下，本土紀錄片發展的晚，既缺乏深厚的傳統養分，又難以在台灣惡質的電視生態中佔有一席之地，如果因爲政治人物拉抬而帶動更多民眾走進戲院進入欣賞紀錄片，也未嘗不是一件好事。

在西方影像傳統裡，最早的「電影」就是紀錄片。紀錄片與劇情片，本來就不是截然二分的兩種不相容的類型，只是故事素材的取得方式有根本上的不同。就訴說生命故事而言，有時紀錄片呈現的生命爆發力，比劇情片更戲劇化，例如楊力州導演的《我愛080》。好的劇情片，其再現眞實的力道，則可直逼紀錄片，像是張藝謀的《一個都不能少》。

可惜在台灣，長久戒嚴使得紀錄片被壓抑，無法與電影的發展一路相輔相成。解嚴後民間創作活力的勃興，以及錄影器材的普及，使得紀錄片逐漸取代電影，成爲影像創作的主力。但缺乏資金及大眾的播映管道，一直是紀錄片面臨的結構性難題。

1998年公視成立後，爲紀錄片創作注入新的動力。公視提供的資金，讓紀錄片可以朝製作更專業的方向發展。公視提供的時段，讓紀錄片終於可以在大眾傳播媒體上抓住數以萬計的觀眾。1999年公視【紀錄觀點】節目開播，強調多元創作與獨立觀點，爲本土紀錄片提供了一個新的舞台。

在這之前，台灣紀錄片其實準備了相當久。《生命》導演吳乙峰所創立的全景基金會，在解嚴後開始以社會運動的方式推展紀錄片。而民間很多創作者，也在本土化浪潮下將眼光投注在自己生長的這塊土地每一個角落，說出屬於我們自己的故事。公視的出現，爲這些各自成長的影像創作

力提供了一個匯流的舞台。

過去四年得到金馬獎最佳紀錄片的五部紀錄片中，有四部得到公視支持。《養生主》是民間社團出資後、再由公視提供資金讓影片可以完成，《山有多高》和《春天一許金玉的故事》是取得輔導金後由公視提供部份資金支持，《跳舞時代》則是公視策劃出資後、再取得輔導金的挹注。公視的支持，成爲這些影片得以發動或完成的必要條件。

然而，紀錄片的整體資源，還是太少。含公視在內，台灣每年投資在紀錄片創作的公共資金，大概頂多六、七千萬。高品質的紀錄片，需要充裕的資金。西方國家一部高品質紀錄片的製作，至少要數十萬美金。《跳舞時代》得到公視、輔導金等公共資金總共四百多萬元，在台灣已算「豪華」，但製作團隊仍感捉襟見肘。不過，也因爲有這樣的資源，《跳舞時代》聚集了台灣電影界一流的攝影、燈光、剪接、混音等專業人的貢獻，使得影片品質大爲提升。

紀錄片用影像呈現一個社會多元的眞實，其文化重要性不言而喻。加拿大早在二次大戰期間就成立NFB（National Film Board），以製作加拿大風格的紀錄片電影爲宗旨，並尋求使用所有可能的媒體，將加拿大影像作品向加拿大國民與全世界發聲。NFB資助的加拿大紀錄片與動畫已超過九千部，目前每年明訂數量投資紀錄片與動畫製作，並使用最先進的影像保存技術，要留給後世一個「影像的寶藏」。

而目前我們還沒有看到，負責文化事務的政府部門或公視，像加拿大NFB那樣，認清紀錄片在本國文化發展中的重要性並論述之，然後提出有系統促進紀錄片發展的政策，包括確保補助影片數量、促進影片在國內流通管道暢通等。上述公共領域機構，爲本國紀錄片訂定的發展目標，可以包括增加片量、增加製作預算、增加民間投資、促進國內文教機構典藏與使用等。

要提升國內紀錄片水準，我們需要更多的資金，以及更多元的資金來源。唯有合理的創作資金與穩定的資金來源，才能讓紀錄片的製作人才源源不絕，並在有尊嚴的創作條件下成長茁壯。合理的資金，更是讓紀錄片製作品質提升的必要條件。台灣紀錄片的獨立工作者，往往由於欠缺資源而必須單打獨鬥，無法形成專業製作團隊。在資金匱乏情況下，專業製片難以養成，影片品管出現盲點，這種困境不斷影響到影片的整體品質。

主管紀錄片業務的文建會，其實可以考慮比照新聞局輔導金的做法，每年對一定數量的紀錄片創作提供合理補助，並透過某些機制鼓勵這些創作計畫在國內外多方尋求其他管道的資源挹注，讓這些紀錄片可以在比較豐厚的資金支撐下提升品質。

而公共電視，也可以在長期培養紀錄片人才、提供更合理創作資金與開放更多元的紀錄片節目時段等方向制定更明確的政策，並付諸實現。

繼《跳舞時代》與《生命》之後，另一部公視製作的紀錄片《無米樂》今（2005）年也會推上院線。新聞局新的電影政策，打破過去只有「film製作的影片」才算電影的定義，允許DV規格的紀錄片在經過品質審查後也可以被視爲「電影」上院線，並適用國片的相關補助。紀錄片與劇情片本來就不該被視爲互不相容的兩個類型，影片使用什麼媒材製作更不該成爲定義「國片」的標準之一。在數位影像的時代，影視匯流的趨勢應該可以爲紀錄片的資金與通路帶來更多機會，高畫質攝製器材的普及也有助提升品質。本來能量就在持續增強的台灣紀錄片，未來的發展應該大有可觀。

儘管現實有諸多困難，但台灣的紀錄片工作者還是前仆後繼投身創作，用影像見證他們所看到的世界。我很期待未來有更多實力堅強的本土紀錄片可以像轟動全球的《華氏九一一》一樣，不僅在戲院放映，而且掀起整個社會討論的熱潮，讓我們觀眾的觀影經驗，可以因爲影片本身契合社會的脈動、貼近台灣的土地與生命而產生更多的共鳴與感動。

林盈志　訪問整理

《魔豆傳奇》之傳奇——電視豆股份有限公司行銷副總許榮宏專訪

訪問者：能否告訴我們電視豆的成立動機？

許榮宏：電視豆最開始的是這樣成立的：電視豆的總經理唐智超先生過去曾跟侯孝賢導演合作成立公司，而他本身也是位廣告導演，在離開侯導之後，自己組了公司承接一些網站設置或美術創意有關的案子。因爲網路時代（約1999年左右）的來臨，大家都覺得這是一個契機——像阿貴就是那時代的創意產品。其實我們成立的時期跟阿貴差不多，我們便設計了2個flash的動畫——屁屁熊（PiPi Panda）及CoCoPlay等，我們便將「他們」放在網路上流傳，去測試它們在網民間的接受度；結果屁屁熊是一面倒的受歡迎，後者則較呈現兩極化的反應。所以我們便選擇屁屁熊爲我們主要的開發項目，因爲不管是聖地牙哥動物園或東京上野動物園，貓熊都是動物明星，因爲所有人都喜歡貓熊，沒有聽到討厭貓熊的。

與此同時，所有的工作成員就已經開始思考，接下來如何發展屁屁熊——因爲之前阿貴雖然在網路上擁有相當的人氣，但是在拍成長達90分鐘影片，卻沒有辦法將人氣具體化爲收益。於是大家都在思考要如何轉換這樣的產品，將這件存在虛擬世界的產品往實體世界發展——比如像拍動畫片或製成工藝品。我過去曾在Yam（蕃薯藤）工作三年，經驗告訴我，網路跟實體一定要結合，因爲不管在虛擬的世界中你如何的了不起，未來出路一定是虛實的結合。於是我們開始著手想一個完整的故事，而不是短短

一分鐘的短片。

剛起步時，大家也都不知該如何做，只能且戰且走，走一步算一步。但是故事的輪廓漸漸出來了：話說當上帝囑咐諾亞建造方舟以躲避洪水浩劫時，正巧被一隻熊貓聽到了。爲求自救，熊貓一族也趕忙建造了自己的小方舟，可是風狂雨驟中，小方舟被巨浪甩到了外太空，熊貓們拚命掙扎，希望能鉤住大船，沒想到就此鉤出一段湮滅而不爲世人所知的歷史。因爲上帝曾給諾亞一支權杖，權杖中包含了七顆魔豆，只要在洪水退去後插進土壤，就可以大地回春、萬物滋長，想不到權杖卻陰錯陽差地被小熊貓鉤到了外太空，進入了一個像甜甜圈般造型奇異的星球，建立了新的熊貓文明，在此還有六座奇異城堡，包括電視豆島、智慧村、奧林匹克城，以及黑暗魔域等。

這個PROJECT在2002年得了經濟部國際動畫雛型獎項，2003年也曾經到東京參展。所有的創意產業都會遇到一個很現實的問題——那就是資金問題。很明顯的，台灣的市場供需無法提供這個平衡，所以沒辦法找到相應的資金，我們便開始往國外碰碰機會，於是前往東京參展。到了東京便被日本的星球影像製作公司相中，由於恰巧現在遇上東方熱，星球公司覺得熊貓這個角色有機會可以被開發，而且他們也想藉著我們打入中國市場，就簽訂了合作備忘錄。當合約一簽，台灣資方就開始有人願意拿錢出來投資了。畢竟以前大家雖然覺得這東西有創意，但so what？現在跟日本合作，有一定的保障與認可，大家便願意拿錢出來投資。在動畫產業來講，以前都是由日本或美國提供創意，再由台灣進行代工，但這一次卻是相反的，而是台灣提供創意，交由日本進行代工。於是電視豆便由「屁屁熊」這個小創意發展到目前的《魔豆傳奇》。

訪問者：但是在網路泡沫化之後，很多人對投資開始卻步，尤其是像「創意」這種無形的東西，您們是如何能讓資方感到有信心呢？

許榮宏：很重要的一點——讓數字說話。首先我們與日本的合作方式是原創、發行、製作三方共同出資成立一個製作委員會，也就是多方合資的方式進行，我們亦相對投入一部份資金，並非光靠日方出資，這自然容易取信於投資者，畢竟我們是生命共同體。說服台灣資方時，我們會告訴他們「爲什麼要來投資我們、投資我們有什麼好處？」——以日本市場來說，光是video的發行就可回收成

本，加上日本的動畫市場已經很成熟，所以在此的投資是較爲穩健的……，於是大家一看到實際的數字，就有信心。而與這些國際伙伴合作有助於我們打入國際市場，如果在歐美市場有所斬獲，那將是另一筆收入；加上週邊產品的銷售，這部份如果經營得好，將會比影片本身有更多的收入，像《神奇寶貝》、多啦A夢、甚至迪士尼等character一般。

訪問者：請問你們在製作委員會投入的資金是從何而來的呢？

許榮宏：這部份我們由募集到的創投公司的資金，而創投公司願意投資我們的原因，主要是因爲我們的創意能爭取到日本的認可。

訪問者：您剛才提到的台、日兩方之間創意及代工的部份，能否在仔細一點談一下分工情形？還有整個創作主導權是在那一方，能請您大致提一下嗎？

許榮宏：對於動畫製作，其實我們都算外行。雖然我們公司的總經理、藝術總監都是藝術或是電影相關人士，對於角色創造或是劇本都能起到原創的作用，但這部份到了製作團隊去了以後，製作團隊也會有很多意見反饋回來——畢竟這是一個跨國合作的團隊。所以像是原創角色屁屁熊的四肢不夠長，於是在故事發展上它的動作廣度就會被限制住；在顏色設計上，他們也會以日本或歐美小孩子喜歡的顏色去進行調整，但這部份的更改都一定要經過我們同意。

至於劇本則是先由我們先提供故事大綱，再由他們找編劇園田英樹（《神奇寶貝》編劇）跟導演大庭秀昭（《名偵探柯南》導演）來進行評估跟架構細目——也就是我們負責原創跟審核，日方負責動畫的完成。

訪問者：以《神隱少女》爲例，日方找了韓國等國家共同製作或投資，或其他國家的投資者呢？

許榮宏：美國Funimation、加拿大Nelvana以及日本的FCC都是我們的投資者，這算是國際的投資案，未來這個作品的發行權就會由這些投資公司來分工發行，自己負責的區域由自己去推展，利益的多少會更與自身相關，這在日本已是行之有年的方式了。

訪問者：你們打算怎麼樣打入中國大陸的市場？

許榮宏：《魔豆傳奇》跟中國大陸有合作，是採取聯合攝製的方式進入中國。至於《奧運天下》也是採同樣方式，有部份工作會在大陸做，如此就可算是以大陸的國產片來發行，所以進入中國不會有問題。《魔豆傳奇》是預定2005年六月在四川上映，中央電視台

則是同年七月播出。

訪問者：中國大陸的盜版十分猖獗，《魔豆傳奇》的台灣先播再由四川與中央台播的播映方式，是否有容易被盜版的疑慮？

許榮宏：在大陸做生意，有很多你意想不到的事情，盜版極有可能發生。但很多事你無法預防，只有等它發生後，再想辦法去解決。有時台灣的電視台一播映，大陸方面馬上就有VCD出來，這該怎麼說？盜版是四處皆見的情形，但換個角度想，如果你產品不好，人家還不願意盜版呢！算是另類的讚美吧。盜版可以推展知名度，算是二面刃吧。

訪問者：整合行銷、異業同盟……很多行銷方式在你們身上都發生了，想請教你們是如何做到的？

許榮宏：光去年一年我就拜訪了八十幾家廠商尋求資金，無論是食品業或是高科技產業，每一家廠商至少都會拜訪二到三次。當然張董事長水江先生的人脈及媒體關係對我們這種小公司來說幫助很大，像許多公司我們試了好多次都無法接觸，最後只靠董事長打一通電話，我們便得以接觸，很多次都是這樣。

不過大多數的投資業主雖然都覺得我們公司的創意好、前景好等等，但是我們得到的最後回答往往是「等你們紅了以後再說」。商人們談到金錢，都是一個比一個實際，這是無可厚非的。我們也只能抱持著交朋友的心情去拜訪，就像拜票一樣。至於台灣的行銷是我跟我的團隊負責，說是團隊，其實也只有三個人。

訪問者：在《魔豆傳奇》播出後，在台灣獲得的回響如何？在募集資金上會不會有所轉變？

許榮宏：播出後整個很多案子變得很好談，例如三月底我們跟台灣大哥大合作發行預付卡，收視數據是很容易被傳閱的，他們看到數字，相對有信心，一個加入就會吸引另外一個，形成一個好的循環。

訪問者：公司創業之初有無所謂的創立宗旨或方向嗎？

許榮宏：其實很多定義都是大家後來才給出來的，對我們而言，只是想創造一個像米老鼠一樣的國際級角色，他將會產生很多可能性與商機，傳播過程可能會經過網路、影片、書本……有很多很多方式。但這些東西我們都還在嘗試，至少我們團隊在這些領域先會去試，甚至在其他不熟悉的領域裡也會儘量嘗試，我覺得這就是創意——去試，只要客戶覺得你不錯、想法好，或許就會有機

會。能不能成，就看機會。我總覺得我們不是藝術家，沒有不可一世或天馬行空的想法，我們出去都是努力拜託投資者，請投資者試試看——這是我們團隊不錯的特質。我們在客源開發上也不封閉在特定的產業上，像去年我們不停拜訪廠商，銀行、玩具、電信業……你想像的到的行業都有，因此我們就會知道不同廠商在做什麼？時代潮流如何？此時我們才發現各行各業中，術業有專攻的高人還是很多。

至於資金募集部份是總經理跟財務長去推展的，也是四處向人推廣公司，早期還會被認爲在台灣教育體系產生的人沒有創意、只能進行代工之類的話……，這時我們也只能說聲「謝謝指教！」

訪問者：我也看過國內有類似以創意爲主或DIGITAL CONTENT的例子，而且看來企畫都非常好，最後卻無疾而終，但你們是如何說服資方您們有能力達到如此大的市場回收呢？

許榮宏：想找到資方，當然得有完整的計劃跟財務預估。資方是一個比一個實際，如果你只是畫大餅給他看，他也只是打哈欠，最多跟你交朋友——所以一定要有清楚的財務數字、拉攏有力的盟友，比如我們跟日本富士或是製作銀河鐵道的公司合作、成爲伙伴，才有說服力。如果《魔豆傳奇》是給台灣的製作公司製作，你覺得創投敢給錢嗎？就是這種道理，我們跟日方合作，而且還得到了其他合作機會。別人看上的是我們的創意，雖然我們資金不夠，但我們的創意夠新、夠好，拿得出實際的作品，我們提出很好的計劃，不只有好作品，後續發行利益也可以預見，因爲發行商已加入委員會，所以絕對會努力發行。

台灣在這方面就弱一些，有好作品卻賣不出去。所以我們一開始的模式就不同——我們不做代工，我們只專注原創，除了創意好以外，還要努力找發行商，才能往國際發展。參展是一種手法，現在國內同業到國外參展的人也很多。

訪問者：請問你對「電影政策與願景」有何瞭解嗎？（例如：擴大電影定義，也將改變輔導方向。）

許榮宏：由於我們行業的屬性並未設定在電影的範疇，所以我們並未關注這方面的訊息，其實整個電影市場的萎縮是個惡性循環：剛開始是片子太小眾，再加上日韓方面的競爭，海外市場自然萎縮了，由於光靠國內市場不足以支撐電影工業，爲了配合現實只好縮減預算拍些小成本電影，只能拍輔導金一千二百萬預算的影片，這樣電影只會越作越小。像李安《臥虎藏龍》與周星馳《功夫》就

是反其道而行，是資金先到位了再拍片。

我從《少林足球》就開始注意到周星馳的轉變，我過去會以爲他的作品不登大雅之堂，但現在則是完全反過來了，甚至還會回過頭來去重看他早期的作品。

訪問者：周星馳過去的電影，其實要有很多的香港電影經驗才能瞭解它的趣味，《喜劇之王》是最爲極致的。但現在的作品已經走向普世價值——你不需要是香港人同樣也能看得很開心，但我個人覺得他的電影並不再那麼有趣了，但這是他走向國際的一個過程。這跟您之前提過您所設計的角色在推向國際時也做過調整（四肢變長）頗類似，但這樣會影響觀眾的接受度嗎？

許榮宏：屁屁熊在網路上播送時，訴求的目標人物是青少年階層，與《魔豆傳奇》基本上是二種不同的訴求對象，而且最後的結果是創作者認爲如何並不重要，而是多數觀眾的感受如何才重要——就是推出後讓大家選擇，於是《魔豆傳奇》的角色就跟屁屁熊有點不一樣，訴求對象主要是兒童。如果能做以後觀眾看到熊貓就想到屁屁熊，我覺得就很不錯了。

訪問者：《魔豆傳奇》在國內如似乎不止一家電視台播出？

許榮宏：特別針對兒童的東森幼幼台YOYO TV我們一定會推，而無線台的播映上，由於民視沒有做卡通，未予考慮，所以我們先跟華視洽談，但最後跟台視合作了。

訪問者：除了屁屁熊外，目前是否有在進行新角色的創造？

許榮宏：有的，目前我們的營運計劃已經訂到了2009年，未來會發展的東西都已在進行規劃，雖然我們的創意團隊人也不多，約六至七人，但創意不是以量取勝，是以質取勝。我們團隊很特別，每個人外表看來都很像公務員，可腦袋充滿創意。

訪問者：像米老鼠、芭比等角色或多或少會隨著時代的審美觀或需求在進行一些細部修改，至於屁屁熊呢？也會如此嗎？

許榮宏：這是必然的發展，像我們目前有Q版，整體線條更簡單，適合放在手機或是螢

幕上，一個character隨著時代與媒介的發展進行變化，這是延長character壽命與永續經營的方法。我們的理想是，希望像米老鼠或小叮噹一樣，爾後人們只要看到「熊貓」，就想到我們公司。

訪問者：目前你們公司的規模如何，可否說明？

許榮宏：加上海外（日本與香港）的人員不過三十人，資本額是一億三千八百萬。並沒有也不會趁著勢頭好時便大舉擴充，這是之前我在網路公司學到的教訓。

訪問者：您們公司未來的下一步棋怎麼走？

許榮宏：我們將在2006年推出《奧運天下》，是跟中國合作的——搭搭北京奧運的順風車。我們的想法很簡單，要捧紅一個角色不是簡單事，但如你能順著潮流，搭便車一樣的去推展，這樣就容易多了，我們資金有限，搶搭順風車是一個好方法。

訪問者：《奧運天下》還是鎖定在國際市場嗎？

許榮宏：這是一定的，台灣現在要做大規模的動畫，不將市場放在國際市場是很難回收的。

訪問者：當初你們對屁屁熊的設定是2D動畫還是3D動畫？

許榮宏：我們是以2D爲主，成本跟技術也是考量的原因之一，最主要是那時我們的團隊還沒有3D人員，我們那時就只能以2D去試，但關鍵並不在於是幾D動畫，而是能不能把故事說好、能不能感動人心。像我最喜愛的動畫是《怪獸電力公司》，這個創意太有趣了，到底是什麼樣的人能想出這樣的創意。

訪問者：十分感謝您接受訪問，謝謝！

王路易

電影新方向：網路寬頻與數位影像

記得從1996年下半年開始，透過網際網路、電腦螢幕上能夠呈現郵票一般大小的數位影片，如此的影像及聲音品質，與當時的電影、電視或是多媒體影音光碟比較，實在是遜色許多，除了電腦使用族群外，很難吸引一般大眾的目光。然而其在跨越地域空間限制及畫面品質保存上，卻保有無窮的潛在魅力。而今，網路變寬頻，數位影音套上MPEG系列的壓縮技術，足以傳遞多樣化的高畫質影音，證明了數位科技整合了過去各類型的媒體，透過電腦或次電腦的機具，取代以往電視在家庭中的單一地位，也預計將符合多元社會發展中不同族群獲得資訊、消費娛樂的方式；當然，讓數位電影發展，也能有一個全新的出路。

目前從事於數位化影音服務的，有來自傳統的有線電視公司；過去以電信爲主要業務的電話公司；及運用無線高傳眞數位傳輸的電腦公司。電影的播放方式，由各戲院間的跑片進入無線電傳送，再演變到電纜分頻播出，現在又要回到無線的傳播平台，不知經過數位化及多樣播放平台的建立，觀眾是否還能找到出門到電影院看電影的興味？

有線電視數據機與數位化多頻道

台灣地區在九十年代中期開始全面移植國外的有線電視系統經驗，雖然比北美地區晚了近二十多年，發展卻非常迅速，有線電視裝機率達80%以上，電纜普遍延伸到一般家庭中，在傳統的電視機上加裝機上盒（Seta box），就能收看多頻道的電視。將有線電視已鋪設好的電纜中傳遞的類比訊號，變成數位訊號就成了數位電視。聽起來好像只要將原來的輸水管的水換成油，就變成了輸油管一樣；但是其中有許多困難點需要考慮。

一般來說，電視頻道爲了避免相互干擾，依照電視發明國的美國FCC規定，將電磁波譜（Radio Spectrum）中每6MHz，劃分爲一頻道。有線電視系統因爲是利用同軸電纜封閉的環境傳輸視訊，所以並不需要在乎外界的電波干擾問題，但是還是依照FCC的規定，以6MHz爲一電視頻道；早期有線電視由於纜線越長電波訊息越低的緣故，僅可以傳輸200MHz的頻寬，也就是可以有效提供33個電視頻道，後來拜光纖電纜之賜，提高了傳輸效率，頻寬就從200、300增加到550MHz，可提供91個頻道的節目播放。

在1989年通用設備公司（General Instruments）展示其將類比訊號轉成

數位訊號的新科技，透過MPEG的壓縮，在傳統電視的6MHz頻寬中，可傳送十個頻道的節目，如此一來，若有線電視系統全面數位化，透過原本已鋪設好的纜線，可提供出高達一千個電視頻道。數位視訊的優點是畫面比較清晰，還能添加鎖碼的訊號，在收視戶端加裝機上盒，還能偵測出各用戶的收視情況，達到收視率調查的目的。

有線電視系統數位化的另一項新功能，就是提供用戶進入網際網路瀏覽的服務，觀眾可以申請加裝有線電視數據機（Cable Modem），透過一條電纜同時收看電視及上網。這種應用是將電纜中其中之一的電視頻道轉爲提供下載網路資訊，另外再加上2MHz的頻寬以供上傳資訊，這是假設一般大眾的上網習慣，是下行量會比上行量來得高。通常在6MHz的電視頻道中，可以傳送30~40Mbps的資訊量，但是由於有線電視數據機的資訊傳輸方式是分享式的，一個頻道最多只能提供一千人同時上網，否則就會造成網路壅塞，無法達到合約上承諾的上網速度。如果上網使用訂戶過多時，有線電視業者可以另外挪用其它空的頻道提供使用。透過數位電視及網際網路的整合，觀眾可以邊看電視影集邊上網，或是參與節目的進行。

數位電視將運用有線電視系統，朝HDTV的標準發展，並且強化互動功能，成爲另一套多功能的視覺傳播媒體，至於名稱，可以像是過去的WebTV或現在的MSNTV，就由經營者來命名了。

電話線中的多頻道數位電視

另外，同樣是貫穿大小城鄉的電話電線，最初僅能提供56Kbps窄頻的電腦數據傳輸，現在由於DSL技術的開發成功，可以提供8Mbps~1.5Mbps的資訊傳輸量，足可以播放MPEG-4壓縮的高畫質數位影音了，電話公司若不是受到政府法律的限制，早就可以進入視覺媒體的經營了。

透過一條電話線如何能傳輸那麼多的數位資訊呢？其實人的聲波只在0~3.4KHz之間，但是電話線卻可以傳輸高達幾百萬Hz的聲波，DSL（Digital Subscriber Line）就是運用傳統電話線中剩餘的廣大空間來傳遞數位訊號。裝了DSL之後，配上專用的數據機（ATU-R）及濾波器，篩選出聲音及上下行的數位訊號，就可以同時通話也可以瀏覽網際網路了。

目前在台灣地區普遍應用的是ADSL（Asymmetrical DSL），不對稱的下行與上行速度，下行速度可達8~1.5Mbps，上行速度可在640~64Kbps之間，主要決定在電線的品質及電線的長度。ADSL有兩種傳遞數位資訊的方式，一是最早開發的方式叫CAP（Carrierless Amplitude/Phase），簡單的說就是將電話線畫分成三條頻道，4KHz以下的留給傳統的電話聲音傳送，25~160KHz的給上行資訊，240KHz以上直到最大頻寬則提供給下行資訊之用。

另外一種方式是目前廣爲運用的DMT（Discrete Multitone），其方式是將電話線以4KHz爲一單位，畫分出247條頻道，其中8KHz以下的頻道是雙向的；透過中央機房監控每條頻道的傳輸表現狀況，將資訊不斷的在這些頻道間變換，以求得最大的傳輸能力。透過數據機的同步接收，用戶等於是一下子擁有247條傳統電話線路，電話公司也可以透過這些頻道的控制，配上銷售計劃，以決定提供給用戶多大的頻寬。

不過，以ADSL方式傳遞數位資訊有一缺點，那就是中央機房與用戶之間的距離最多不能超過五公里，最佳的表現是在兩公里以內。所以由此可知，若透過電話線以ADSL方式上網的用戶，在方圓兩公里內一定會有中央機房存在。

雖然ADSL有距離的限制，但不像有線電視系統的Cable Modem一般，大家一起來分享電纜中的頻寬，其好處就是每一條電話線都是專用的，所以上網速度可以保持水平，若用戶增多，電話公司可在附近的中央機房中增加伺服機分擔頻寬負擔。

在國外ADSL是相當普及的網路寬頻，但在台灣由於有線電視系統比較發達，所以ADSL並不是那麼吃香，電話公司爲了普及化ADSL，及早進入數位影音內容及創意產業的經營，將影音串流的VOD （Video on Demand）概念，發展到MOD（Multimedia on Demand），以及整合更廣義的影音內容及互動遊戲的「數位家庭中心」（Digital Family Center），推向大眾市場；這類的產品設計，有點像是過去的「點唱機」（Juke Box）一般，家庭用戶只是長期訂用不時更新的影音資料庫，透過電腦互動能力，用戶可以透過網路介面點選購物、收看綜藝節目，欣賞任何類型的影片，任何被選上的數位內容就能透過ADSL專線，直達電視螢光幕前，再加上MPEG-4的壓縮特質，除了能傳遞平面影像外，還能即時的傳遞立體影像，在沙發上透過網路玩角色扮演的遊戲，將會影響下一代兒童生活作息的習慣。

無線數位傳播

在電腦被發明之後，研究電腦的工程師就一直嘗試著讓不同的電腦能互通資訊。在1973年，全錄公司帕洛阿托中心（Palo Alto Center）的研究人員發明了可以讓資訊在不同電腦中傳遞的乙太網路標準（Ethernet Network），這套標準一直延用至今，成爲不同電腦串聯成網路，分享資料的基礎架構。不過，其資訊傳輸的距離是有限度的，電腦資料若要傳得更遠，得向電話公司租用光纖電纜，也就是企業間熟知的T1或T2專線。

過去電腦科技公司想盡辦法，運用已有的纜線傳輸電腦資訊，如電話線、同軸電纜及光纖電纜等。不過，現在由於無線高傳眞通訊技術

（Wireless Fidelity，簡稱Wi-Fi）開發成功，使得電腦與電腦之間可以透過無線寬頻的方式交換資訊。又被通稱爲802.11網路連線的Wi-Fi，因開發階段所訂定的標準，各有不同的規格，其應用的無線電波有2.4GHz及5GHz兩種，資訊傳輸量可以達11Mbps及45Mbps，不過其傳輸距離大約都在三十公尺之內，所以僅能成爲區域網路的資料分享之用。

然後，近年來北美開發成功的WiMax（Worldwide Interoperability for Microwave Access），或是歐洲類似的Hiperman（High Performance Radio Metropolitan Ares Network）以及韓國獨立開發的WiPro，其數位資訊的傳輸能力就非常可觀。以WiMax來說，其無線電波是在2~11GHz之間，最高傳輸量是70Mbps，提供一般大眾的傳輸量也可以保持在1Mbps左右，傳播的距離最遠可達五十公里，一般用戶可以透過筆記型電腦、PDA、車用數位電視及手機，在城市任何一個角落收看數位影音及上網使用網際網路的各項服務。這個以都會區爲主的無線寬頻，已經成功的安裝在洛杉磯、紐約、西雅圖、大連及成都，而台北也以M-Taipei爲目標，開始要爲市民提供無線寬頻的服務。

透過無線數位寬頻，能傳輸ADSL資訊或MPEG4壓縮的影音內容，跳過電話公司的固網及有線電視系統的纜線，電腦科技公司只要架設被稱爲熱點（Hot Spot）的發送站，就可以開始傳輸大量數位影音內容，擔任起視覺媒體傳播的任務了。只是在法律上，目前還有許多關卡有待克服，所以預估將會與傳統無線電視台整合發展。

影音壓縮技術的演變

讓高畫質的電影內容能夠透過數位頻道傳播給大眾，得歸功於1988年成立的MPEG（Moving Picture Coding Experts Group），經過其會員專家們的研究，爲影音壓縮技術建立共享的基礎編碼規格，其後陸續的研發，逐漸發展成現今不同版本的MPEG，普遍應用在諸如VCD、DVD、HDTV、網路影音串流及數位電視上。然而，以MPEG系列壓縮的影片，並不是如電影影片般每秒片段是由二十四張完整的畫面所構成，其運用電腦運算的能力，將畫面中移動的部份與靜止的部份分開傳送，只有幾格關鍵畫面是完整的，其餘的都是支離破碎的副畫面。因此，相同長度的動作戲要比文藝戲需要更多的頻寬。

即使是非完整的連續畫面，一般大眾以肉眼是不容易分辨得出，所以可以應用於影片最後發行，或是消費性影音娛樂市場中，但不能當作是專業後製過程中的母片，也不適合數位影片典藏或是數位電影的放映。

有趣的是，目前最新發展出的 MPEG4編碼方式，是由一名只有代號的

電腦駭客所發明，其除了採用動靜分離畫面的壓縮方式，還將數位影像分解成數據，從甲端傳到乙端後，再運用電腦運算能力將畫面組裝起來。如果把數位影片比作是一堆衣服，MPEG2是將這些衣服壓得緊緊的裝入皮箱中，經過粗細剛好的輸送管運送；MPEG4則是將這堆衣服全部拆成一堆布，平整的放進更小的皮箱中，塞入更細小的管道運送，然後到達目的地後，再一一的縫合起來。

所以應用MPEG4的技術可以在有限的頻寬中，傳遞高畫質的畫面，除此之外，其特有運用數據及重新組合畫面的能力，也能運用於傳遞在電腦遊戲普中遍應用的3D虛擬實境（Virtual Reality）。但是，相對的，得依賴高運算能力的電腦；好在現在的電腦運算能力都普遍提昇了，所以MPEG4將會成爲網路寬頻各項數位內容開發的重要利器。

找尋數位影像的文化世界

那個電影靠實體運送片盤的時代已過去，影像製作與資訊傳播的門檻，因數位設備日新月異而越來越低，影像編輯預計將會發展成跟文字撰寫一樣容易。那麼多的數位影片提供給那麼多的頻道播出，具有文化意涵的內容相對的也將被稀釋，或許也該如歌劇院之於野台戲一般，讓電影院的大銀幕保留給公映那些最精緻的數位電影，在五光十色影音所建立的文化世界裡，也能找到令人激賞的情緒震撼，才是數位時代裡最有價值的文化演進，也相信是懷抱理想的影像創作者之衷心希望。

台灣電影的商業覺醒

一直以來，台灣電影單調的片種造成觀眾的流失，票房的慘澹無力支撐國片的產業化，更遑論以拍片的機會來磨練台灣新的電影人才，專業技術無以爲繼，惡夢循環相生，國片在谷底盤旋。所幸在2004年峰迴路轉，台灣電影商業的覺醒，啓動了新的製作方向與新的行銷概念，隨之而來的亮麗票房營收，帶來令人振奮的曙光。

李亞梅以印度寶萊塢爲鏡，剖析其商業電影的魅力以及成熟的成功之道，說明印度何以能夠不斷創造具有商業利潤的作品，並吸引投資者與人才相繼投入這個產業，逐漸發展出規模可觀和足以跟美國好萊塢相抗衡的產業規模。反觀台灣電影近年面對好萊塢鉅片以及韓國電影的刺激後所出現的商業覺醒，卻也從這些電影不穩定的品質和票房，反映出此刻台灣發展商業電影的侷限與困境。

聞天祥以三部電影爲例，新銳女導演陳映蓉《十七歲的天空》小兵立大功，從戲院票房就回本賺錢，也讓主角楊祐寧登上金馬獎最佳新人獎寶座；紀錄片導演周美玲以第一部劇情長片《豔光四射歌舞團》在該年金馬獎風光奪下最佳台灣電影、最佳電影歌曲、造型設計等三個獎項；徐輔軍初試啼聲即以《夢遊夏威夷》獲得到法國杜維爾影展的最佳影片，探討2004年這些年輕電影創作者的崛起對台灣影壇的意義。

楊順清爲台灣中生代導演發聲，暢談身處資深導演與新生代製片之間的爲難、拍片資金的取得、發行之路如何走、新的電影行銷經營模式、台灣電影類型欠缺的多元性、電影技術與產業的困境、電影輔導金的功能與弊病、華語電影市場的局面、電影人才的養成等從電影政策面到電影製作面所面臨的各種問題，提醒壯年導演必須重新尋找自己的價值與定位，始能破浪而出。

台灣商業電影的資深戰將朱延平導演的《一石二鳥》在大陸佔上春節檔並創下六千多萬新台幣的票房，熱心提醒國內影人應放眼大陸及海外市場，開拓豐富的國片類型，並以長期觀察及自身在大陸發展的經驗，分析現今大陸電影發展概況，如政策的開放、發行放映系統的變化、兩岸三地華語電影的整合趨勢，以及台灣電影進軍大陸的優勢，期勉大家努力共創台灣電影佳績。

魏玓以「是出口還是深淵？」來檢視台灣電影跨國合製的困局與轉機。新聞局放寬「國片」的國籍認定標準，讓外國電影資本參與投資或合作的電影，享有與國片相同的優惠，作爲吸引外資的誘因，達成「跨國合製救國片」的目的。但新聞局的政策思維以及過度樂觀看法，卻因爲沒有深度的說明、評估和探討，以及實際辦法和規定，這個新的做法將可能成爲一種迷思。

新聞局電影處現身說法，闡述電影輔導金制度之源起和歷年來主要的爭論焦點。實質效益方面，指出如：提高業者拍片意願、增加國內電影從業人員之工作機會、培育出國際知名的編導演、屢獲國際影展肯定等，同時提供了電影創作者圓夢的機會。興革措施方面，如：鼓勵跨國合作、重視製作團隊之專業性、輔導金的信託管理、獎勵新人導演、納入成本回收機制等作法，讓數據說明電影輔導金的功能。

Taiwan Films' Awakening to Call of Commercialization

The homogeneity of Taiwan's films, for a long time, has been the reason for the continuous decline in audience numbers. Weak box office performance could not support further development of Taiwan's film industry or offer opportunities to a new generation of cinematic professionals. To Taiwan's movie professionals, this situation resembled a loop of interrelated nightmares, keeping Taiwan's film industry at a low ebb for years. Fortunately, a turning point came in 2004, when Taiwan's film industry woke up to the call of commercialization and adopted new production methods and marketing concepts. Impressive box office receipts sent encouraging signals, like the first rays of sunlight breaking through a maudlin sky.

Looking at India's Bollywood movie industry, Li Ya-mei carried out an analysis of the charm and success of India's commercial films. Her analysis explained how India has been able to make profitable movies, and attract investment and talent into Bollywood so that the Indian film industry is now comparable in size to Hollywood. In Taiwan, the film industry stimulated by Hollywood blockbusters and South Korean films in recent years has only recently begun to produce movies of commercial value. Nevertheless, inconsistent production quality and box office receipts reflect the limitations and difficulties currently facing the development of commercial movies in Taiwan.

Representative of the mid-generation of Taiwanese directors, Alex Yang spoke out about the difficulties for his generation to set themselves apart from senior directors and deal with young producers, along with other issues ranging from government policy to movie production. These issues included: funding, distribution, marketing, the requirement to diversify domestic filmmaking, the lack of cutting-edge cinematic technology, the functioning and drawbacks of government subsidies, the market for Chinese-language cinema, and the cultivation of filmmaking talent. Yang

suggested that directors of his generation reposition themselves and rediscover their value to the industry so as to make a breakthrough.

One Stone and Two Birds, directed by Chu Yen-ping, one of Taiwan's most experienced commercial film directors, was in China's movie theaters over the last Lunar New Year holiday period, and consequently garnered ticket sales exceeding 60 million NT dollars. Chu ardently advised domestic filmmakers to embrace China and international markets, and expand the scope of Taiwan's movie genres. Based on his experiences in and long-term observation of China's movie industry, Chu also discussed issues concerning the current status of the industry in China, such as policy liberalization, distribution channel changes, movie industry integration among Taiwan, China, and Hong Kong, and the advantageous position that Taiwan's movies occupy when entering China's market. Chu emphasized that Taiwan's movie industry can excel further through joint efforts.

In a commentary titled "Exit or Abyss?" Wei Di examined the difficulties and opportunities that transnational film production generates for Taiwan's movies. She pointed out that the GIO has relaxed the criteria for defining domestic films, so that movies made with foreign capital or cooperation can enjoy the same beneficial treatment as domestic movies. This was designed to attract foreign investment to help reach the goal of "saving the domestic film industry through transnational film production." But, Wei fears that without more comprehensive policy explanations, evaluations, and discussions, and the formulation of practical measures and relevant regulations, the GIO's policy ideas and overly optimistic views might not pan out.

Speaking from their experiences, members of the GIO's Department of Motion Pictures expounded on the origins of the Domestic Film Fund and outlined the main issues debated over the years. Substantial benefits of the fund include: filmmakers' greater willingness to make movies, increased job opportunities for domestic movie professionals, the growing number of directors and screenwriters who have won kudos at international film festivals, and more opportunities for these professionals to realize their dreams. The fund also incorporates several innovative measures, such as encouragement of transnational cooperation, emphasis on production team

professionalism, trust management of the subsidy, nurturing of new directors, and cost-benefit analysis. These myriad benefits attest to the successful functioning of the fund.

李亞梅

從印度寶萊塢看台灣商業電影的發展與困境

壹、前言

2001年，印度電影《寶萊塢生死戀》（Devdas）獲邀參加坎城影展；《雨季的婚禮》（Monsoon Wedding）則榮獲同年威尼斯影展金獅獎的至高榮耀。一時之間，印度寶萊塢電影的富麗堂皇與工業實力引起了國際影壇的高度側目，連拍攝《紅磨坊》（Moulin Rouge）而引發歌舞電影風潮的澳洲導演巴茲．魯曼（Baz Luhrmann）都坦承《紅磨坊》豪華瑰麗的視覺影像，其實是源自於印度寶萊塢電影的靈感。

2003年，台北金馬國際影展首度將《寶萊塢生死戀》引入，並在眾多藝術電影中，破天荒地以此一商業通俗影片作爲該年度的影展開幕片；2004年，台北金馬國際影展繼續引薦印度影壇的年度商業鉅作《寶萊塢之不可能的任務》（Main Hoon Na），在第一場影片放映之後，因爲口碑傳出，而在第二場影片放映時，吸引了整場爆滿的觀眾。

至此，台灣觀眾終於見識到印度商業電影的通俗魅力。台灣電影文化協會因而在2004年策劃了印度影展，台灣電影觀眾終於有機會深入欣賞印度電影的各種風貌，也終而有機會窺見印度寶萊塢商業電影的成熟和成功之道，並從中思索台灣商業電影的發展與困境。

貳、印度寶萊塢電影的製片路線

眾所週知，印度國土幅員廣大，有著僅次於中國大陸的十多億人口，但因階層嚴明，社會觀念保守落後，教育普及率低，文盲人口居全國百分之五十以上，致使全國貧富差異極大，多數民眾過著極爲窮困的生活，爲紓解民眾的愁苦鬱悶，印度政府積極鼓勵電影工業拍攝商業通俗電影，並以低廉的票價讓販夫走卒都能負擔得起一張電影的票價，讓觀看電影成爲印度的全民運動。這種思維策略造就了印度電影一年八、九百部的生產量，比全球電影巨擘美國多了兩倍有餘，而如此可觀的電影產量，自然形成了一個約有三百多萬相關工作人員，以及年營業額高達十二億美金的規模產業。印度電影大城孟買（Bombay）因而被戲稱爲寶萊塢（Bollywood），一方面明指其電影產業規模近似好萊塢，一方面也有暗諷其只是拍攝仿效好萊塢B級電影（低成本的粗糙製作）的言外之意。

由於印度政府鼓勵電影工業的用意，主要在爲印度人民貧困無聊的日常生活提供情緒的宣洩出口，因此電影工業的發展自然以娛樂爲主要導向。而爲了迎合大多數觀眾的教育水平，除了少數藝術電影之外，大部分的印度商業電影總是劇情簡單易懂、橋段俗濫，甚且載歌載舞，極具討好觀眾之能事。

雖然嚴肅的影評人總認爲印度電影的通俗難登國際影壇的大雅之堂，因此除了薩雅吉雷（Satyajit Ray）的作品之外，印度電影幾乎在國際影展的各式競賽與觀摩中缺席，也讓國際影人對印度電影的認識停留在粗製濫造的通俗印象中。然而，因爲符合觀影大眾的需求，這些影評人眼中的通俗之作卻受到印度觀眾的熱切喜愛，他們以票房支持印度電影的製作，而讓這個比中國還晚了好幾年（一九一三年）才自製第一部電影的國家，得以一部又一部地拍出可以創造商業利潤的作品，如此，自然而然吸引了投資者與人才相繼投入這個產業，因而逐漸發展出相當規模的電影工業。

當然，無所例外，印度電影同樣遭逢電視、錄影帶、VCD、DVD和網路下載、盜版等各式因新興科技興起而帶來的競爭與打擊，爲了提昇電影的吸引力和競爭力，印度電影遂走向高成本、大場面、大製作，所謂mega-hit的路線，致力提昇電影的聲光和娛樂品質，這種製片路線的改變一方面重新吸引了印度電影觀眾的回流，一方面則讓國際影壇驚艷於印度電影工作者在影像元素掌握上的流暢與成熟，而這一點當然和印度電影每年龐大的拍片量所提供予電影工作者的磨練機會大有關係。

印度電影這種因爲具有龐大電影人口，且電影工業又能拍攝出符合觀眾需要的狀況，被電影學者史帝芬・克洛夫（Stephen Crofts）視爲是一種可以忽略好萊塢（ignore Hollywood）的國族電影。因此，印度電影這種自給自足的發展路線，對許多深受好萊塢全球化之苦的國家而言，或許提供了一些參考的線索。

參、台灣商業電影的覺醒與困境

自1980年代台灣新電影開始在國際影壇綻放光芒之後，師法侯孝賢、楊德昌和蔡明亮等知名導演以寫實主義風格拍攝反身自省的作品蜂擁而起，然而這些高度個人化，且缺乏娛樂效果的作品，卻和普羅大眾的觀影需要漸行漸遠，導致了台灣觀眾對Made in Taiwan的電影作品興趣缺缺、信心不足；尤有甚者，在美國電影打著全球貿易自由化的旗幟，以木馬屠城的姿態闖入台灣電影的市場版圖之後，台灣電影的市場佔有率更是每況愈下，到了令人不忍卒睹的地步。

長久低迷的市況讓電影的產官學界絞盡腦汁，尋思解決之道。許多指

責的矛頭紛紛指向電影政策的不當。主導台灣電影發展方向的新聞局因而提出密密麻麻的政策白皮書，從鼓勵創作故事、劇本、拍片輔導金、發行補助、行銷獎勵、投資抵稅、影展獲獎鼓勵，甚至爲台灣著名景點拍攝宣傳影片，以期吸引國外拍攝計畫等種種學諸國外電影政策的做法，可謂面面俱到，無所不包。不過，電影政策的制定與施行牽涉層面過於複雜龐大，非三言兩語可以交代，須另文討論，無法在此贅述。然而，台灣電影政策開始側重電影的投資、發行與行銷問題，已可看見台灣影人已經意識到了台灣電影非走向商業化與工業化的發展方向不可。台灣電影也開始出現了一些和八0年代台灣新電影迥然不同的製片風貌。

從《純屬意外》、《晴天娃娃》、《台北晚九朝五》、《藍色大門》、《運轉手之戀》、《愛情靈藥》、《台北二一》、到《飛躍情海》、《十七歲天空》、《夢遊夏威夷》、《擁抱大白熊》，年輕一代的新導演開始嘗試拍攝較具商業市場潛力的作品，他們不再訴說個人式的成長經驗，不再一昧採用長鏡頭和深焦攝影所構築的新電影寫實主義風格，而將創作的觸角轉向台灣年輕觀眾的共同生活經驗，例如《晴天娃娃》、《藍色大門》和《夢遊夏威夷》都描述了高中生的愛情故事，而《飛躍情海》和《十七歲天空》則進一步描繪了年輕同志之間的愛情故事。這些商業電影的出現，或可謂是台灣年輕導演在面對好萊塢商業鉅片的大軍壓境，以及近年韓國商業電影充滿創作能量的刺激後，所出現的一種覺醒，讓人十分欣喜與期待。不過，這些電影良莠不齊的影音品質和毀譽參半的票房收入，卻也讓人看見了現階段台灣發展商業電影的侷限與困境。

因爲台灣電影長期偏廢了商業電影的製作，導致觀影人口的急遽下降，而使得片商投資意願大幅滑落，得以拍攝的影片幾乎都得仰賴政府的拍片輔導金，如此的資金規模自然無法拍攝出如好萊塢影片一般的大動作、大場面，更遑論花費昂貴的視覺特效，因此，台灣電影人縱使有了必須拍攝商業電影的覺醒，但囿限於先天條件的不足，影片拍攝的題材僅能停留在以人文爲導向的愛情或輕鬆喜劇，無能朝向製作成本較爲高昂的類型電影（如動作、科幻等）拓展，使得台灣商業電影的風貌過於單一，而這對保持觀眾的高度新鮮感與吸引力，無疑是一大阻礙。

再者，因爲電影產業的寥落，新進人員沒有太多的拍片機會可以學習、磨練與展現，在訓練不足的情況下，年輕的電影工作者縱然可以用新世代的影像語言和文法拍攝影片、和觀眾溝通，但說故事能力的薄弱、攝影機運動的呆版、燈光層次的貧乏，以及演員演出的刻板化等，卻是無法否認的事實。這些演攝製水準的低落，讓觀眾在觀影時，無法感受到電影美學特有的迷幻與沉入，換言之，這樣的觀影感受和經驗與觀看電視、錄

影帶或DVD並無殊異，在付費差異的選擇之下，自然大大削弱了觀眾付費進戲院看台灣電影的意願。

肆、小結

雖然台灣電影終於有了必須拍攝商業電影的企圖與覺醒，但在資金規模和工作人員的訓練明顯不足下，希望台灣商業電影的道路走得既長且遠，顯然並不容易。

那麼，台灣商業電影的侷限與困境該如何紓解與突破呢？印度寶萊塢的崛起和迎戰好萊塢的發展模式或可提供一些思考的線索。面對數億幾近文盲的觀眾，印度電影非但沒有唾棄與放棄這些觀影品味可能非常通俗的觀眾，反而正視這些本土觀眾的特質與需求，而拍攝出符合其觀影需要的影片，也許庸俗，也許粗糙，也許不合邏輯，卻受到印度多數觀眾的肯定和擁抱，因而創造了一個讓多數國家欽羨的電影工業，也吸引了眾多的優秀人才投入，並在其中獲得學習與磨練的機會，當時機一到，這些經驗豐富、訓練有素的電影專業人員自然可以拍攝出符合新潮流的影片，或者足以媲美或對抗好萊塢製作水準的大片。

台灣電影的發展明顯和印度電影大相逕庭。以人口比例而言，台灣電影或許擁有全世界最會得獎的導演與藝術電影，但大多數的觀眾卻對台灣電影關上了信任的大門，在吃了長期的閉門羹之後，台灣電影工作者終於醒覺，開始學習拍攝希望受到觀眾喜愛的商業電影。但惡劣的製作條件與疏於磨練的專業技巧，卻讓這條路走得備極艱辛。印度電影和台灣電影的兩相對照，正好清楚突顯了台灣商業電影最迫切卻也最無法一蹴可及之處：台灣觀眾的觀影需要與電影專業人才的養成。

因爲觀影人口的種種結構性問題，台灣商業電影當然無法，也不能完全複製印度寶萊塢電影的成功模式。台灣電影決策單位與從業人員必須自己摸索、思考與實驗出台灣觀眾的觀影需要，拍攝出台灣觀眾願意付費觀賞的作品；同時，與其斥資拍攝呼籲觀眾支持台灣電影的宣傳廣告，不如積極爭取讓影像教育進入正規的教育體系，或者重點成立電影專業學系，培養製作、發行與行銷的專業人才。畢竟，唯有優秀人才不斷湧入的產業，才能不斷創新產品，保持高度的競爭力。台灣高科技產業如此，電影產業也無能例外。只是，人才的養成曠日費時，這對講究立竿見影績效的政治人物而言，或許過於緩慢遙遠，而且不具宣傳效果，因而不積極以對。而若如此，台灣電影走向商業化與工業化的進展路程，恐將更爲緩慢而遙遠了。

闞天祥

由三部作品談年輕創作者的崛起與困境

2004台灣電影是新人的天下？

與其說是新銳突然大量出現，不如說是在產量不高的生態中，2004較爲人注目的長片創作者，反而都是年輕一輩的導演。其中，《十七歲的天空》以小兵立大功的姿態成爲唯一光從戲院票房就足以回本賺錢的電影，還讓主演的楊祐寧登上金馬獎年度最佳新人寶座，在票房長期積弱不振的台灣影壇，成了一種「新典範」。另外，在紀錄片界已有相當資歷的周美玲以第一部劇情長片《豔光四射歌舞團》在金馬獎一共奪下年度最佳台灣電影、最佳電影歌曲、造型設計三個獎項，也相當風光。而歷史重演，宛如楊順清2003年完成的《台北二一》在金馬獎全軍覆沒，卻在亞太影展抱回最佳影片，徐輔軍在2004年底推出的處女作《夢遊夏威夷》雖然也在金馬落空，卻得到法國杜維爾影展的最佳影片。本文即以《十七歲的天空》、《豔光四射歌舞團》、《夢遊夏威夷》這三部作品爲例，探討這些年輕電影創作者的崛起對台灣影壇的意義。

近幾年來，走青春、喜劇路線的國外同志電影在台灣市場向能保持一定的票房水準，而產量並不算高的華語同志電影除了嚴肅的「作者」路線外，就是搶心「無後爲大」的家庭通俗劇，這讓《十七歲的天空》在台灣因此顯得格外不同。這部影片由晶瑩透徹的水底開始，楊祐寧飾演的純情同志處男小天，在夢中與一個神秘男子相吻，揭開本片夢幻的、輕快的序幕。之後，他興沖沖地上台北闖蕩，滿懷希望會見網友，卻發現對方是個「只要做愛，不談戀愛」的感情投機份子，失望之餘，遂投靠在pub當酒保的國中同學（金勤飾演），加上身邊一票「姐妹淘」幫忙改造外表，並爲他介紹對象、陪他開眼界，可是他偏偏「煞」到風流的花心大帥哥鐵男（Duncan飾演），於是一場歡喜憂傷的愛情試煉就此展開。

《十七歲的天空》以台北時尚生活爲背景，刻意擺脫國片給予觀眾陰暗苦悶的刻板印象，但也因此顯得有些過度輕盈，少了一點力道。主要是因爲本片的社會、家庭層面全部被架空，沒有這兩者的壓力存在，自然只剩下愛情飄盪在空氣裡。不過這對習慣「簡單化」、「公式化」、「煽情化」與happy ending的主流觀眾而言，卻非常受用。尤其片中許多屬於青少年的笑話與節奏，更容易擄獲這個年齡族群的好感。讓這部小成本、亮麗的喜劇小品，成爲年度投資報酬率最高的國片，也讓主演的楊祐寧一炮而紅，

導演陳映蓉也一下成爲傳奇的風雲人物。畢竟，在國片慘澹經營的當下，一個年僅23歲的女生竟然成爲找回流失觀眾的國片救星，當然令人好奇。

不過持平而論，雖然《十七歲的天空》捧出了一個偶像和一個新銳女導演，但這部電影更值得肯定的，恐怕是它的製片行銷模式。兩位同樣也非常「年輕」的製片人葉育萍、李耀華，從一開始就沒考慮依賴政府扶持的「輔導金」政策，而是訴諸「市場」。在精算成本的情況下，抓緊每一個步驟，有效掌控進度與預算，讓影片在「回收」上先立於不敗之地。而它的「影展」策略也和一般國片不同，《十七歲的天空》不參加「台北電影節」首獎獎金高達一百萬的「台北電影獎」競賽，而選擇擔任「全球華人影像精選」單元的開幕片，作法顯然較接近李安的《飲食男女》、《臥虎藏龍》在坎城寧可不參賽、而擇觀摩單元的開幕或更有力的位置，讓觀者喜愛的口碑取代難以預測且不見得有票房保證的獎項，而《十七歲的天空》在台北電影節首映禮風靡全場年輕觀眾的反應，不僅成爲德國導演莫妮卡楚特（Monika Treut）紀錄台灣女性創作者的紀錄片《母老虎飛飛飛》的當然畫面，也預示了它對主流觀眾的吸引力。

另外，這部影片的賣座，也顯示了台灣電影長久以來對「類型」開發的怠惰，以及在挖掘新人上的呆板。葉育萍、李耀華近年遊走在「金馬影展DV競賽」、「台北電影節台北電影獎」，甚至從數位作品裡挖掘理念接近、具有潛力的年輕導演，已有一段時間。陳映蓉以及目前已和她們展開合作的幾個年輕導演，幾乎都是這樣產生接觸的。這類目標清楚的製片行銷模式，可望會對未來台灣新一代電影產生相當程度的影響。事實上，在《十七歲的天空》成功後，他們已有三部新片確定開拍。

周美玲導演的《豔光四射歌舞團》題材也跟「同志」有關，不過在風格走向上，卻大不相同。劇情描述主角阿威（陳煜明飾演）白天是在葬儀社爲亡魂超渡的道士，但是到了晚上，他則成爲「豔光四射歌舞團」中亮眼的扮裝皇后「薔薇」。一次他去海邊爲不幸溺斃的漁村青年招魂，沒想到死者竟是他的愛人阿陽；於是一場招魂儀式，竟然出現道士比家屬哭得還傷心的狐疑景象。而他一心想把愛人牌位帶回自己身邊的執念，則成爲影片大半時間凝鬱不開的主因。

它的特別之處，在於結合了台灣傳統民俗生活與現實情慾身份認同的矛盾。而主角想以「未亡人」的身分引領愛人牌位回家，則把同志情感與社會禮教的衝突給搬上檯面。作爲一部企圖「豔光四射」的作品，本片在音樂、攝影、美術、造型方面，都下了相當的功夫。以音樂爲例，多首歌詞分別描述歌舞人生、愛情期待、傷心離別，寫出角色的心境轉折；曲調在通俗之間，也有與台灣民間走唱傳統呼應、諧彷的趣味。攝影的突出，

則把豔光流水與飄渺愛情之間的辯證，表達出相當的質感。美術造型則因爲本片角色的特殊性，也有可以發揮的舞台。不過就導演場面調度的手法而言，顯然遠不及對議題的組織企圖，例如歌舞場面的呈現過於千篇一律，荒廢了應有的「整合」作用；扮裝姊妹淘也欠缺對比或增添張力的功能；主角與情郎的情感來由付之闕如，及其死後生者仍無法放下的執念，也流於單向的偏執，都是缺憾。

在胼手胝足的獨立製片環境裡，《豔光四射歌舞團》展現的是鏈結各方人才的努力，這也成爲台灣電影在主流勢力崩解後，一幅特異的風景。而周美玲從紀錄片《私角落》到《豔光四射歌舞團》，對情慾幽微的探索所展現的高度興趣，則又獨樹一格。不過仍必須回歸劇情電影的場面調度問題，才能有所突破。這也是台灣獨立製片界在電影語言上，長久以來需要克服的功課之一。

徐輔軍的《夢遊夏威夷》的票房表現上不如《十七歲的天空》，在台灣的得獎運也沒《豔光四射歌舞團》來得好，不過初露頭角的導演徐輔軍仍然值得一提。

電影描寫一個菜鳥（黃泰安飾演）因爲女友「兵變」而持槍逃兵，兩個即將退伍的「老鳥」表面放假，其實是奉命找人，因而發生一連串趣事。其中，楊祐寧飾演的老鳥阿洲因爲夢到國小暗戀的女同學（張鈞甯飾演）死了，因此決定鼓起勇氣去找她，卻意外發現夢中情人因爲聯考失利而精神崩潰，住進了療養院，原本只是一場單純的探視，後來變成帶她一塊「執行任務」。而另一個老鳥小鬼（黃鴻升飾演）風流成性，不僅和營區附近的檳榔西施牽扯不清，連放假都不忘釣馬子，結果落到被「仙人跳」的下場。兩個大男生和一個瘋女孩，決定到菜鳥老家去找他，理由是帶槍逃跑的人最不可能躲在這麼容易被抓到的地方，他們只想把握這段「假期」，不料卻讓他們眞的碰上逃兵，還被當做人質，而單純的菜鳥，只不過想做出特別的煙火，讓女友回心轉意罷了。

同樣作爲廣義的「青春電影」，而且都是由楊祐寧所主演，《夢遊夏威夷》並不像《十七歲的天空》那麼單純，正如片名所示，「夏威夷」既然需要用「夢遊」的，顯然「現實」並不怎麼美好。單調苦悶的軍旅生活、逼人瘋狂的升學壓力、甚至斑駁走味的愛情……，都讓本片在表面上的輕鬆作樂中，另外有股感傷存在，豐厚了本片的韻味。

我注意到本片的監製包括久違的導演陳玉勳，陳玉勳是九０年代台灣電影最好的喜劇家，針貶現實笑中帶淚，尤其擅描小人物的夢想與挫敗。徐輔軍曾經擔任陳玉勳兩部長片《熱帶魚》、《愛情來了》的助導和助理製片，一脈相傳，《夢遊夏威夷》也確實有幾分陳玉勳風格的延續與影響。

只不過徐輔軍在處女作所展現的喜劇感不像陳玉勳在惹笑之餘還能鋒利十足，以致於《夢遊夏威夷》夾在《十七歲的天空》和《豔光四射歌舞團》之間，好像比較難「跳」出來，其實它的缺點反而是三片之中最少的。

這三部劇情長片處女作，彼此的相似與相異，也十分有趣：《十七歲的天空》和《豔光四射歌舞團》都以同志爲題材，形式走向卻是十萬八千里，一個極度類型化，一個完全反類型；而在類型屬性上更爲接近的《十七歲的天空》和《夢遊夏威夷》，前者只要「戀愛」，其餘完全刨除，後者表面簡單，情緒與面向卻顯然較爲複雜，也讓彼此的影片性格有了明確的區隔。

這和二十多年前的侯孝賢、楊德昌，或是十幾年前的李安、蔡明亮帶給我們的「新銳」印象是截然不同的。沒有驚爲天人或一枝獨秀，更談不上形成一股潮流！不過相較於這幾年台灣電影新人疲乏、青黃不接的窘況，至少2004年讓我們看到一些新氣象，並預期能有所延續與影響。

現在的新導演在台灣電影極度不景氣的情況下，成本資源甚至有可能比前兩代更少，但面臨的難題卻更多：與製片的磨合、對潛在觀眾的開發、重新界定影展與獎項的功能、更注重行銷策略與宣傳手法……。當幾位「大導演」依然在創作線上、甚至足以吸取外資拍片，這些年輕導演（不止上述三位，還包括遊走在電視、電影之間的鄭文堂，已有兩部作品的楊順清、王明台，產量驚人的王毓雅）也被迫學習新的「生存術」，或許這也能刺激台灣電影出現更多元的面貌吧！

雖然，一部電影成不成功的界定方式很多，但我仍然期待台灣不僅能出現有能力捕捉及反映這個時代與世代的電影，也有帶領跟影響未來的作品！

王美齡　訪問整理

夾縫中求生存的中生代導演——楊順清專訪

受訪人：楊順清（導演）
訪問日期：2005/05/18 15：00-1700
訪問地點：南京東路咖啡廳

問：對您這樣的中年導演而言，台灣電影之於您是何種感受？

台灣電影從八〇年代開始，就有所謂的新浪潮，新浪潮對台灣電影的貢獻是有目共睹的，因爲在台灣的商業類型電影走到一個瓶頸的時候，它提供了一個很新的創作方式，那個創作方式很快的被國際影壇看到了，楊德昌、侯孝賢等導演都讓台灣電影第一次在世界影壇上被注意到，這是他們的貢獻。但對觀眾而言，新浪潮電影比較是藝術傾向的，滿足的是小眾。其實電影是一個大投資的產品，需要一個穩定且大規模的回收。

以前我們會去批評朱延平或其他的商業電影，但不可否認的，這類的賀歲片就是會有很多人去看。在好萊塢，永遠會有一個新生的力量進來，這個新生的力量會站到主流的平台上，而這個主流平台有強大的、強勢的發行系統，讓後浪推前浪，一代一代去更新替換。加上整個電影大環境的改變，已不只是創作者的問題，DVD、錄影帶、網路的興起、以及盜版問題等等，讓整個電影生存的空間越來越緊縮。所以到了八〇年代末期，整個台灣的電影環境以及新浪潮導演個人，都還沒有意識到市場上需要更多元的東西，新浪潮電影便又走到一個瓶頸。

我覺得八〇年代之後，可以明顯的看到新浪潮的電影並沒有辦法轉移到一個主流的平台去發揮它的影響力，去創作出更多元、更類型化的電影來。即使得獎不斷，像《悲情城市》，是因爲政治議題；最近的例子《天邊一朵雲》是A片議題再加上得獎，票房成績不錯。但這都是特例，並不正常。這幾位新浪潮導演到九〇年代還在繼續得獎，但電影市場卻很快的萎縮了。

一些像侯孝賢、楊德昌這樣的導演，因爲他們在國外影展的評價是很高的，所以籌拍新片時很快的就可以得到國外的資金。他們發現國內沒辦法找到穩定的、條件好的、品質好的資金的時候，自然就是向外求。可是其他一大堆想要繼續創作拍電影的導演，卻面臨了無法籌措到起碼的資金的問題，因爲國內錄影帶越賣越廉價，從五百萬、四百萬、一直掉到三百

萬、兩百萬。

問：資金籌措的困難一直是拍片者的痛苦，你覺得電影輔導金是否對台灣電影的復興產生了影響力？你的經驗又是如何？

九〇年代時，政府出面拯救台灣電影，產生了電影輔導金的政策，這個政策有好有壞，從好的方面來說，這些想拍片的導演能夠得到資金繼續拍下去，壞的是這種作法會使導演們覺得可以靠輔導金拍片，還可以生存，而且自己跟市場沒有太大的關係，也就是說當政府提供了一千萬的資金給這個導演，他反而可以更不去面對這個市場的挑戰。

從八〇年代末或是九〇年代初出現的導演，差不多四十歲左右的，我們稱爲中年導演，至於楊德昌、侯孝賢等，我們把他們歸類成爲資深導演。我們這些中年導演面臨的困境之一是：即使我們去申請輔導金，但前面的資深導演們都還在排隊，甚至像陳國富其實已經到了另外一個主流平台，他也還在拿輔導金，林正盛、張作驥、蔡明亮等大家都還在排隊，我們不但排的很辛苦，機會其實也很小。

九〇年代有很多台灣電影還是在繼續得獎，但是票房並沒有好轉，這些影片有某些創作上或藝術上的價值，但是影響力是薄弱的。就整個台灣或是整個世界而言，台灣電影其實是萎縮的，台灣電影在國外的賣埠市場價格也越來越低。以前國際影展沒有台灣電影是很丟臉的，國際片商也願意出合理的價錢來買台灣電影，但現在的情形變成沒有台灣電影是正常的，買家對台灣電影也不太有興趣，反而是韓國電影、印度電影還有泰國電影很受到矚目與歡迎，台灣電影連削價競爭都不太能……這是怎麼造成的呢？

至於市場面，就更讓人難過。例如我今天要拍一個比較商業的，有市場價值的電影，不會有人相信，因爲人家會叫你拿出成績單出來，台灣電影這十幾年來，票房都很難看，這變成一個惡性循環，我們要說服人家說不會再拍以前那種台灣電影，會拍比較跟市場有呼應的，但是人家不敢相信。最後人家可能願意拿一點錢出來，但是也是極少的錢，那極少的錢，使你原來所作的一些商業上的設定，無法完成，大明星、燈光、攝影、亮麗的包裝等都做不到。

當初其實新浪潮出來的時候，他們都還有一千萬的資金拍片，二十幾年前一千萬或一千五百萬的預算大約是現在的兩倍。他們那時候是一千五百萬，我現在是七百萬，這中間大概差了四倍，也就是說我們是用他們四分之一的錢在拍片。

這是中年導演的困境，現在好不容易你想拍片，好不容易借來一筆

錢，你能夠借來的錢大概也只是他們的四分之一。更何況他們那時候要借錢、要從政府那邊拿錢比較容易，我們現在更困難。然後是環境又更差，那時候還有所謂的國片人口，現在國片人口幾乎沒有了。當然也不能全怪觀眾，因爲現在眞的是大環境趨勢，進電影院的人本來就比較少，加上好萊塢越來越強勢，又有網路，又有DVD，又有家庭劇院，造成了全面性的困境。你好不容易把電影拍出來，卻連上架都很難，加上政府全面開放外片拷貝的配額，更是雪上加霜。

譬如說我的《扣板機》，我借了一筆錢去拍，但是我眞的面臨到連上架都上不去的問題；拍《台北二一》時，申請輔導金也申請不上，到企業、片商那裡籌資金也都很困難。現在好一點，因爲《台北二一》得了亞太影展最佳影片獎，至少人家很樂意跟你一起吃飯，但是我不能一天到晚跟他們吃飯。當初我找中影談《台北二一》，我告訴他們中影不用出到太實質的錢，只要幫我買底片，其他都是中影公司現成的，包括人和器材，我自己去找現金來支付所有的劇雜費、演員費、工作人員費用，以這種方式合作，然後版權一人一半。可是這部片子拍完以後，我發現中影公司沒有太積極的動作，海報、DM和網站都是我自己找人做，我很著急，便想趕快賣給中影，結果他們用很低的價錢買，我也就跟著賠錢了。後來這部影片得了亞太影展最佳影片獎，讓很多人賺到錢，包括百視達，所以我的下一部片百視達就會有投資，這對我來講是一個補償吧！得獎的好處是多一點人可以看到你的電影，假如在票房上或是販售上不錯的話，那個是你未來的希望。像我的新片《我的逍遙學伴》，中南部的百視達，他們出一點錢，預購DVD版權，也投資了一點資金。

▲台北二一劇照

照理說，資深導演應該到了某一個位置，便不需要再靠國家或外面的資源，這是因爲你之前的努力讓你得到了這樣的信用。而我們這群所謂的中年導演，之前的累積沒有辦法像他們那麼的快速和有效，但我不承認我們的能力很差，因爲我們是用他們四分之一不到的資金在拍戲，把片子拿出來比，我覺得並沒有輸他們，但是很現實的是大家看的是票房和獎盃。

問：現在有許多年輕的製片人出來了，他們的電影行銷操作方式跟以前大不相同，以中年導演的經驗與歷練遇上這些新鮮的行銷手法，你預期會擦出什麼樣的火花？

我們遇到的年輕一代的製作人，他們或許會覺得我們的片子比較說教或是文以載道，我自己的看法是拍電影如果不文以載道的話，我可以不要拍。無厘頭的電影只是形式，不是內容。所有的東西，所有的產品，尤其是電影這樣的文化產品，他應該要言之有物，影片的形式可以極端的胡鬧、喜劇誇張，但是假如這裡面沒有內涵的話，這個電影是沒有價值的。

以《十七歲的天空》爲例，他們第一步掌握了喜劇、同志題材，最後也證明他的票房是成功的，但他們不會再做第二次，爲什麼呢？因爲當一個同樣的東西操作第二次時，人家的要求就會更多，人家會說，耶！怎麼跟上次一樣，沒有新的東西。所以第一次可以無厘頭，第一次可以沒有內容，第二次你不能再繼續這樣玩，因爲也會有人跟！事實上也是有人在跟著拍這類的影片，同樣的演員，同樣的無厘頭，結果就很慘。所以我覺得三和娛樂公司這兩個製作人是很聰明的，這是一個正確的操作方式，以一個生意人來講這是對的方式，因爲第一個這樣類型的片子出來的時候，觀眾不太會去檢驗他的內涵，而新鮮感一定是有的。以創作而言，我認爲假如沒有核心，所有出現的，你所謂的有趣的東西，搞笑的東西，都只是橋段而已，電影不是只有這些。

現在這些年輕的新的製片人出來了，他們的操作手法完全擺脫掉以前的作法，比較可以期待。我也曾經找過他們，但最大的問題是他們覺得我太老了！可是比起那些資深導演，我們又太年輕了。拍廣告或MTV，我覺得拼不過這些年輕人，那些東西也不用撐太久，只要兩分鐘或五分鐘或三十秒就好了。

我覺得觀眾去看電影是想要得到一些歡樂享受，同時能夠得到一些多出來的東西。電影其實是模擬一個眞實世界，導演從眞實世界裡面去尋找材料，取樣，再來架構一個虛構的世界，這個虛構世界其實在表達你對眞實世界的意見，這是我對電影的看法，或許小說也是這樣。所以不管是喜劇、悲劇，誇張或寫實的，都是在做同樣的事情。我覺得太年輕的導演，基本上沒有辦法去掌控這個事情，他對眞實世界的理解有限。雖然奧森威爾斯二十六歲就拍出《大國民》，但有很多時候年輕人的成功可能只是一時的。

我認爲四十歲是經驗、知識、判斷力各方面都趨於比較成熟，創作力也是最高的時候，在這個產業上也還算年輕。很明顯的在製作上，我最讓人津津樂道的是我拍戲一天只工作八小時。爲什麼可以這樣子？因爲我很體貼所有的工作人員跟演員，我曾介紹一些朋友去演這些年輕導演的戲，據說整個製作亂成一團，演員沒收到通告，然後被硬拗時間；也發生下午五點到場，卻一直到早上五點才拍到戲。爲什麼會這樣呢？這是導演知識

跟經驗，還有人情世故的問題。以我而言，假如我覺得這個演員必須這樣被照顧，或是擔心他該到的時間沒有到，我可能會讓他先住在旁邊的旅館休息，因爲我不希望沒辦法掌控他，所以我就會用一種讓他覺得舒服，也讓我自己安心的方式來處理。這種對人的體貼是由於懂得人情世故得來的。我覺得現在如果有錢讓我拍片，我一年可以拍兩部，而且我相信我拍的影片都會是很好的。我不曉得這種狀況可以維持多久，也許到四十五歲以後就沒有了。我還算是好的，我自己借得到錢。有一些中年導演，可能都還借不到錢...但我相信他們的才華創意都不下於我，這是台灣電影一個很大的問題。

今天，不管中年導演的困境有多麼大，我想很多事情我是會做一輩子的，有一天我會變成資深導演，其實資深導演也有資深導演的困境。我對人生的看法是大部分時間都是空的，人爲什麼要活在這麼苦的世界上，是爲了得到一點點快樂，如果沒有付出很大很大的痛苦，你得不到那麼一點點快樂。人生就是要那麼一點點快樂。而那快樂是什麼？比如說，眞的能講出一些話，你的想法、你的意見、被聽到或被看到。假如今天電影不是那麼昂貴的話，我講的話被我在乎的人聽到，他們也聽得懂，我就可以把它毀掉了，這是我個人的創作觀念，就像舞台劇一樣朝生暮死，那一群來看戲的觀眾經歷了一個很美好的夜晚，或是很有想法的夜晚，對他的人生產生了一個想法，那個想法深植在他心中，跟著他一輩子，那就夠了。但是偏偏電影是一個這麼昂貴的產品，不可能只放一場，大家看完了，片子就拿去燒掉。

問：台灣電影現在年產十幾部，產業正面臨危急存亡之秋，你覺得這些問題的解決之道是什麼？

台灣電影產業的根基已經沒有了，爲什麼呢？我們從八〇年代開始，新浪潮起來，是因爲過去的整個行銷經營模式已經走到死胡同，但是那時候整個政府並沒有去介入，訂一個比較好的一個遊戲規則，所以事情就變得更糟了。以韓國爲例，韓國在電影最關鍵的一刻，政府介入了，因爲那個事情只有政府可以去處理，他們讓新生的力量有機會茁壯，讓一些舊的勢力被淘汰，也鏟除了一些惡勢力。而台灣在一些關鍵時刻，不管是產業界或是其他的人，都沒有遠見。唯一讓台灣多有二十年好光景的，可能就是孫運璿、李國鼎他們，看到IC產業代工、科技產業等，讓台灣多了二十年的好光景，但是慢慢的，這些代工產業到現在，也走到盡頭了，因爲有更便宜、更有效率的地方在生產這些東西，這時候應該就要開始轉型。我覺得電影也是一樣，電影在哪一刻應該去做哪些事情，我們的政府其實是

無知的。

我在拍片時必須自己找錢兼任製片，自己編劇，自己導演，還自己做副導、美術指導，爲什麼要這樣子呢？因爲第一是省錢，第二是電影工業已經不見了，即使你眞的花了錢去找到人，他還不見得夠專業！不能夠了解你要做的東西是什麼！以明星制度爲例，花了錢請大牌演員，卻不能保證他可以爲你帶來多少票房。

還有一件事情很不合理，現在輔導金的政策是將審查分爲兩組，新人導演組跟一般導演組，新人導演組有五百萬輔導金，一般導演組給八百萬，但是，你自己要相對投資八百萬，我說可不可以讓我們選擇呢？我即使拍過片，但是我可以選擇我拿五百萬就好，不要八百萬，但新聞局不允許我們做這種選擇，他們要我們去相對投資。我們把這十年來台灣用一千五百萬，或一千六百萬的片子，跟用七、八百萬的片子相比，其實很難看出差別。我做一個製片，非常了解爲什麼看不出差別，因爲拍一部片子本來就該花到兩千萬，那爲什麼是用七、八百萬在拍，那是因爲你把很多合理的酬勞降低了。而一千五、六百萬的片子則只是把酬勞提高到比較合理的位置，你的影片不會有大明星，也不會有了不起的特效。我這樣說新聞局的官員和學者影評人都聽不懂，講穿了，他們來幹我的事情幹一年他們就懂了，因爲這些人從來沒有眞正做過這些事情，而我們的電影政策就是由一群不懂的人在做決策。

韓國有一個電影委員會，不像新聞局電影處，換了老闆事情就換了，他們是獨立於政府之外的，用政府的錢，但獨立經營運作。我們也應該成立一個獨立運作的，有長久規畫的，有能力、肯擔當、肯負責的人來帶領這個委員會。

再說，即使有了政策，我們的電影產業其實已經消失了，這也是我們的政府沒有去面對這個產業的問題。舉例來講，台灣本來是雨傘王國，鞋業也很強，但現在都成了夕陽產業，都讓大陸、越南搶去做了。這些產業的消失其實是政府的決心不夠！電影代表的是文化，文化創意產業不應該讓他消失。我覺得政府如果看到有可能做好電影的人，應該每天去求他趕快做，趕快幫他解決問題，但是我做到今天，沒有一個政府官員，沒有一個相關的人來問我說：那你到底需要什麼？沒有人！這是很糟糕的事情。政府假如覺得這個產業重要，就應該復興它；如果政府覺得它不重要，而我自己覺得重要，那我就自己來做，用個人的力量很痛苦的繼續把他做下去。那些做電影的生意人，精得很，一聞到血腥味，他們就會搶來啃，這是政府復興電影產業最好的方式，讓這個產業血流成河！讓這些生意人到處都可以聞到這個血腥味，他就會過來投資了。你現在去問任何企業，每

個人都覺得：拍電影還是算了吧！政府應該趕快給有心拍片的人一些幫助，三百萬一部，一百部片才三億而已！這一百部片子裡只要五部片子成功了，生意人就聞到味道，也就可以造成流行。對這個國家有幫助的事情，政府就該去做，法令的問題絕對有辦法解決。

我不能期待政府，只好自己找活路。我打算再拍兩部，假如在商業上再沒有成功的機會，讓我以後很容易找到資金的話，我就退休了，在家帶小孩啊，否則勉強去拍太辛苦了，而且負債也將會是我們無法承擔的。

問：除了政策面，電影製作本身包括發行，現在所面臨的問題是什麼？

電影產業遇到的問題，製作方面包括技術部份，例如攝影、燈光、美術、道具、特效、收音等各方面也有很多問題。現在拍片只能找二流、三流的技術人員，一流的人材花錢還不見得找得到，或是花了一流的錢卻沒有一流的效果！演員的問題也是一樣。有的攝影可能是廣告片的天王，但是他也許對電影完全無知！行銷也是一樣，把錢丟下去，也不知道這些錢會不會被丟在對的地方？

還有就是工作人員，拍了這一部片，下一部在那裡都不知道，沒辦法留住人，所以新聞局說一年要拍一百部電影，這是對的，要大量的製作，至少要讓這些大專相關科系畢業的年輕人工作做不完，這才是培養人才啊！

發行的部份更是讓人傷腦筋，除非有中環或是哥倫比亞等大公司做後盾，他們上下都整合得很清楚，否則我現在拍片，發行的部份就先不管，因爲沒辦法控制，片子可能籌備個三年都還拍不掉。但這次我的新片《我的逍遙學伴》，運氣還不錯，找到百視達來投資。在台灣找企業來投資電影也是很困難的，台灣這些企業家大部份成長背景裡並沒有美學的養成，在他們的年代也不需要，所以他們也無法想像去投資像電影這樣的東西。拍電影找企業資金只能誘之以利，但是問題是你憑什麼誘之以利？好萊塢的電影才能夠以利誘之，投資台灣片總是失敗的比較多！

我最近有個體會，每個做行銷的人都會告訴你，他們多懂得市場，很多企業大老闆養了很多這樣的人，成天在講marketing、promotion，告訴你年輕人會喜歡這個那個，但最大的關鍵在於產品本身要夠好，才能有機會。好萊塢有好產品也有壞產品，有些爛片也可以賣到幾千萬，但是偶而有一個好片，譬如《史瑞克》，配合上他們強大的行銷系統，票房數字就會衝得很高。所以我覺得再懂行銷或市場都還是次要的，拍出來的片子要夠好才是最最重要的！

問：現在台灣電影的回收，最主要的部份在那裡？海外的華語電影市場又如何？

我們先不談海外市場，我認爲我們這一代應該先要把台灣這個市場搞定，如果台灣這個市場都顧不好，不會有人相信你會搞得定別的地方。你拍你自己生存的這個土地上的人和故事，自己人都不看，國外會有人看嗎？即使有也只是小眾。台灣電影常講都市人的疏離，台灣的確會有一些小眾喜歡這樣的類型，而我相信國外也只會是小眾而已！所謂的華人市場，大陸的眞實情況其實是盜版橫行，所以華語電影的市場只有台灣、香港、新加坡，其他的海外市場眞的很小，成不了氣候，更何況華人的小孩也都是看好萊塢的電影，不太去看華語片的。

我覺得假如每一部影片都可以在一千萬的預算內完成，票房收入至少要超過八百萬，扣掉代理發行或戲院的錢，能夠拿回五成就算是不錯的啦！其他的收入就要靠DVD、CABLE以及一點海外的版權費。全台灣要收到八百萬票房應該不太難，但是要有人去做。我覺得如果連這裡都做不好，想在海外市場做好，我認爲是自欺欺人。

問：您在電影題材的選擇上，基本的考量是什麼？現在拍電影的器材已經有許多的選擇，這對於一個導演來說是不是更有助益？

在電影題材的選擇上，觀眾的喜愛我會當作參考，但我喜歡的東西或我覺得有趣的東西，我想觀眾也會有興趣，我只能用這個來做判斷，因爲我不是marketing的專家，假如那些專家幫我找錢，幫我規劃，我很願意跟他們合作，但是並沒有這樣的人出現在我面前，所以我只好拍自己感興趣的東西。

至於影片格式，我覺得HD或DV都好，但是如果要嚴肅地去定義什麼是電影？我認爲電影必須要放到院線上去上片，戲院應該要四家以上，放映時間也要在兩個禮拜以上。如果只是網路上放一放，我不會承認那是電影。其實這樣的定義已經是很寬的標準，但是連這樣都做不到，等於是並沒有人看到這部電影，也不能算做是一部電影。

問：雖然台灣電影不景氣，但每年仍然有許多電影科系畢業的年輕人投入影像創作的行列，您對台灣電影教育的看法如何？

我只覺得現在的年輕人進到這個領域的機會很少，而未來也非常不可預期，所以學校視覺傳播、大眾傳播、新聞、廣電、電影系培養了一大堆學生，他們卻連跟一部戲的機會可能都沒有，他們自然不可能在這個行業

待下來。大部份的電影科班畢業生都是去拍廣告，或是去拍電視連續劇，當執行製作，待遇很差，每天沒日沒夜做一些沒營養的事情，拍出來的東西也沒有品質可言，他們的青春歲月就這樣被壓榨光了。

我個人對於電影是很樂觀的，但對整個環境很悲觀，幾乎是不太有希望，我覺得我們只能靠自己！我給我的工作人員的費用，跟外面比起來，好像算不錯，可是你仔細去想想看，一個作人員一年可能只能接兩部戲，你這部戲只拍了三個月，一個月給他三萬，一共是九萬，這可能就是他半年所賺的錢，眞的是很可憐。這樣的產業環境讓年輕人進來，他們待不到半年就會想走。這一輩年輕人拍電影，機會比我們好，也眞的是年輕，但是如果大環境不好，他們可能連工作都找不到。電影不是一個人可以做成的，我已經做了很多很多事情，但是我覺得好累，我還是需要很多人幫忙，所以大家要一起成長，問題是這個電影的大環境要夠好，這些年輕導演早一點有機會拍片是好事，但是這個產業能不能留得住人，可不可以生存下去，這是大家要共同關心和努力的！

唐明珠　訪問整理

從《一石二鳥》談台灣電影在大陸市場的發展——朱延平導演專訪

▲一石二鳥劇照

受訪者：朱延平導演（中華民國電影導演協會理事長、延平影業有限公司負責人、電影導演）

時間：2005/03/16 14：30

地點：中華民國電影導演協會辦公室

問：請談一下您的新片《一石二鳥》在大陸發行的情形。

這次《一石二鳥》在大陸佔上春節檔期，對台灣導演或台灣電影是一個很大的啓示。這幾年來台灣電影一直只專注於台灣市場，可是整個台灣電影市場和票房其實是非常可憐的，一部《十七歲的天空》在台北上了六百多萬的票房，就已經可以讓大家講三年，因爲這三年來，都沒有出現票房五百萬以上的國片，《十七歲的天空》成本是三百五十萬並不重要，我以前有部戲《小丑》，成本也是三百五十萬——但是它做了一億的票房，當時在台灣還造成許不了的旋風，這才是利潤。

現在在台灣電影做久了，常會變成目光如豆，大家只看二、三百萬的票房。《一石二鳥》在大陸大概有六千多萬的票房，但我覺得還不夠好，因爲它還有很大的空間可以發展。因爲這部戲幾乎沒有做宣傳，只有男主角吳宗憲到大陸去做了六天的個人秀，上電視和出席媒體記者會。《一石二鳥》大陸的發行商是一個新公司，不敢花錢做宣傳，像是看板、車箱、電視廣告、報紙廣告完全沒有，在這種情形下卻還有新台幣六千多萬的收入，跟戲院對分以後，這部戲有三千多萬可以分回來，本錢也就都回來了。而它只是我們的市場之一，所以我們實在不應該再拍只以台灣市場爲主的電影。我覺得大家現在都在走這個路線，應該要把眼光放到海外，不只是大陸，像這部《一石二鳥》在新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、泰

國也都賣掉版權，價錢也很不錯，它的版權在任何一個地方都比台灣高很多，所以台灣電影其實是低迷的，如果你拿一個三百五十萬在台北賺五百萬就覺得滿足，其實是不對的，因爲這只是個特例，我相信其他的電影沒有那麼好的運氣——好像是過年，拿到輔導金也是過年，但是台灣電影需要的是過日子，沒有辦法天天過年，這種情形也許三年才一部，比過年還難得。但是要過日子就必須每天要拍，就必須顧到海外市場的收入。大陸市場不是全部的市場，但是是主要的市場，也是一個很大而且我們不應該放棄的市場。現在他們也開放了對港片和台灣片的限制，非常的海闊天空。其實合拍電影已經有很多了，只是大家沒注意而已，香港老早就開始了，台灣還很少人想到這一塊，《一石二鳥》並不是第一部合拍片，《臥虎藏龍》、《二十、三十、四十》、《五月之戀》都是大陸合拍片，很多不錯的台灣片都是拿大陸的資金來充實自己的資金，何樂而不爲呢？

問：《一石二鳥》在大陸發行是透過怎樣的管道？您怎麼挑選發行商？

其實在大陸發片沒有很大的挑選空間，開始一定是別人挑選你，不是你去挑選人家。我在一個偶然的機會碰到一個發行商，他跟我說我的片子很適合大陸，只是這樣聊起來我就在大陸春節檔發行了《一石二鳥》。這部戲我很便宜的賣斷給他，所以賺錢的是大陸片商， 我並沒有賺到。但沒有關係，因爲我需要這一步棋。這部戲賣了很多錢之後，我的籌碼也因此增加了，現在有很多大陸的片商打電話給我請我拍片，包括明年的賀歲片都已經好幾家在談。所以台灣片在海外如果沒有籌碼，是沒辦法跟人家談的。沒有劉德華、張曼玉、梁朝偉，台灣片怎麼在大陸占有一席之地？還好台灣有金城武、舒淇、任賢齊、吳宗憲、林心如、F4，還有一些不錯的商業導演，多少能夠在大陸分一杯羹，不讓港片把市場全部佔光。

現在大陸商業片還不是很強勢，跟早期台灣電影很像，很鄉土，並沒有放眼國際市場，他們還只放在大陸市場裡，拍一些鄉土片、主旋律電影，不太具有商業競爭力，所以港台的商業片要去競爭並不難，台灣的創作者眞的不應該放掉這個機會。

問：大陸的電影發行情形如何？

大陸發行的作法是全國一起發行，像《一石二鳥》這次就是全國各地一起上映，一共上了350塊銀幕。這部戲有150個拷貝，還有200個數位放映。大陸有200塊數位銀幕，數位放映在大陸本錢很低，一個數位放映的母體設備只要新台幣40萬元，大陸政府還補助5萬人民幣，也就是說只要新台

幣20萬左右就可以在200塊數位銀幕放映。如果是一般傳統拷貝一個要新台幣3萬，200個就要600萬，價錢很高。用數位放映就便宜很多，這也是大陸比較特別的地方，大陸現在是全世界數位電影院最多的國家，數位電影院有二百多家。台灣這幾年也在推展數位電影院，但到現在也只有國賓、喜滿客等五六家而已。

問：台灣電影的發行現況如何？

以各種條件來看，台灣電影在大陸發展的空間眞的非常大，拿到六千多萬的票房都不算好，要拿到新台幣五、六億也都不是難事，那裡的市場眞的很大。像這次大陸春節檔的《天下無賊》做到五億新台幣，台灣卻只做了六十萬而已，這也就是讓我們知道台灣電影市場根本是沒有了。就商業電影來說，其實台灣已經走到谷底、絕路了，無論是台灣、香港、日本、韓國的商業片，台灣觀眾已經養成習慣看電視頻道的播出，不到戲院去看。我舉幾個例來說，劉德華、鄭秀文的《龍鳳鬥》在香港賣了三千多萬港幣，台灣只有二、三十萬台幣；韓國元斌、張東健的《太極旗》在韓國是十幾億新台幣的收入，台灣只有二、三百萬新台幣而已，這部戲在台灣還做了將近一千萬的廣告，落差非常大。其實這部片子在台灣cable的收視率很高，我相信《天下無賊》、《一石二鳥》將來在cable的收視率也會很高。台灣觀眾養成了習慣看cable的電影台，這是市場機制的問題，現在台灣電影台是全世界最多的，而且速度也是最快的，港片早已經放棄了台灣電影市場，現在他們都不上片，改成直接在cable做首映。觀眾想看劉德華、梁朝偉、元斌、張東健不必進戲院，在cable很快就可以看到了，而且每天播一次，隨時可以看，何必花錢進戲院。

台灣生態就是這樣，商業電影的發行方式已經改變了。就電影市場來說，目前台灣好像只有藝術電影，因爲藝術電影很難在cable看到，一些愛電影的人還是會買票進戲院看這些片子，所以一些藝術電影還可以維持基本的幾百萬的票房。不是因爲cable不放藝術電影，所以藝術電影有票房；而是因爲cable不放藝術電影所以藝術電影的票房沒有減少，其實藝術電影的票房就是那幾百萬，從一開始就有了。cable沒有傷害到藝術電影的票房，但是cable嚴重傷害到商業電影的票房。以前觀眾不進電影院就看不到郝劭文、釋小龍，後來郝劭文、釋小龍在cable每天播一次，大概也播了一千次以上，很多小孩子都會背了，何必到戲院看？尤其娛樂片的觀眾層次比較一般，譬如小孩、阿公、阿媽，他們並不會介意在cable上看電影；而藝術電影的觀眾通常層次比較高，他們會覺得看電影要到電影院，像蔡明亮的觀眾可能就會介意在電影院或cable上看電影，更何況也不容易看到。

cable對商業電影的影響眞的非常大，但這也是市場的一種自然的趨勢，cable興盛起來，我們拍片變成是在cable上面收錢，像我的影片在台灣最大收入就是將影片賣給cable。並不是所有的台灣導演都能在cable上收錢，只有少數幾位較商業的導演，太藝術的電影cable不會要。以我自己來說，像我的片子cable可以收六百萬或八百萬，電影票房卻只有十幾萬或幾萬元。如果在電影院，我的片子要做到一千五百萬，戲院拿掉一半，我才有七、八百萬的收入。現在很少有戲可以做到一千五百萬，不只是台灣商業電影，香港、韓國、日本的商業電影也一樣，韓片只有第一部《我的野蠻女友》票房很好，因爲那時韓片觀眾不知道以後可以在cable上看到。後來的韓片大多也都是做幾十萬而已，所以很多人說台灣片不爭氣，拍得很難看，台灣電影市場被搞垮了，但是《太極旗》好不好看呢？在全世界都賣錢，在台灣就是沒辦法。還有很多港片，主角是劉德華、梁朝偉，卡司都很大，下場卻是一樣慘。《韓城攻略》有梁朝偉、舒淇、任賢齊，會不好看嗎？但票房也是不太好。爲什麼劉德華、鄭秀文兩個天王巨星演的《龍鳳鬥》台灣才賣了二、三十萬，難道它沒有《豔光四射歌舞團》好看嗎？《豔光四射歌舞團》賣了一百多萬，那是因爲大家知道可能cable上看不到，愛電影的人就買票進戲院；而劉德華、梁朝偉馬上就可以在cable上看到，根本不必花錢。所以我對台灣電影的市場其實很失望，我們的因應之道是不要把主力放在台灣，應以台灣出品去打海外市場，台灣市場能收多少就收多少，盡量去做，這樣比較實際。台灣商業電影其實很微弱，要挽救很難，我不足以影響大局，因爲台灣只有我在拍商業電影，我拍的也不是天王大戲，沒有辦法改變觀眾的想法，只有跟著港片、日片、韓片隨波逐流。有人勸我說我的片子一年不要去賣給cable，看看會怎樣，我根本不能試，這樣會死得更難看。因爲坦白講，我的收入幾乎就是在cable，我一個人無法教育觀眾說要進戲院看商業電影，他們不看《一石二鳥》也不會怎麼樣，cable上還有劉德華、梁朝偉可以看，觀眾不會覺得空虛，這些片子不是全部都是我的，我沒有辦法可以讓觀眾一年之內在cable都看不到大明星，一定要花錢進戲院才行。

台灣電影要顧到海外市場，相對的，台灣市場的部份只要問耕耘不要問收穫，我只能奉勸大家這樣做。台灣電影的發展非常畸形，劉德華這次《天下無賊》沒到台灣宣傳，他說他的片子在台灣很久不賣錢了，劉德華在香港每部戲都超過三千萬港幣，都是票房紀錄保持者，大陸《十面埋伏》大概賣了一億四千多萬人民幣，《天下無賊》是一億一千多萬人民幣，是最賣錢的明星演員，可是在台灣有時就只能賣到一百多萬新台幣。我們是自由國家，電影台和港片不能配合，台灣市場怎麼救？我以前會埋怨上不

了片，但是現在我的觀念修正了，觀眾認定看商業片在cable，看藝術片在電影院，所以賣片給cable的價錢越跳越高，《功夫》在台灣cable賣了一千萬港幣，這是四千萬新台幣。cable已經變成最有利的商業電影平台，這是改變不了的事實。

問：台灣電影的類型電影情況如何？就發行條件而言，您覺得那一種類型的台灣電影能夠在大陸獲得較佳的票房？

台灣電影能夠在大陸賣錢的大概就是喜劇片，因爲大陸最缺的是喜劇。大陸觀眾的幽默感跟台灣比較契合，跟香港比較不合。這次香港的賀歲片是《喜瑪拉亞星》，主角是張柏芝、古天樂、劉青雲，卡司很大，但在大陸才做二百多萬人民幣。港式無厘頭的喜劇，大陸人不太喜歡，反而是《一石二鳥》做得比較好，同樣是搞笑，大陸比較能接受台灣的片子。香港只有一個周星馳是例外，全世界都接受他，除了周星馳，香港的喜劇在大陸不是台灣的對手。

我覺得大陸很像以前的台灣，出了很多藝術導演，像台灣的新浪潮出了侯孝賢、楊德昌，大陸有張藝謀、陳凱歌，但他們一路都沒有優秀的商業導演，只出了一個馮小剛，就像台灣只有朱延平一樣。大陸電影不夠多元，感覺很單調，很缺乏喜劇片。台灣導演好像也不太會拍商業片，所以我能在台灣獨占鰲頭25年，這是個奇蹟，我的片子票房獨霸了20年，就是因爲一直都沒有對手；不像香港變化這麼快，新藝城結束後又有王晶，到現在的馬偉成、劉偉強和杜琪峰，一代接著一代出來。台灣一直沒有人去經營商業電影，也許是因爲大家包容性不夠大，影片種類不夠多元化，慢慢地就把台灣電影做死了。其實電影沒那麼嚴重，在大陸，文化、教育、主旋律都是他們電影的主體，以前台灣也是，「萬般皆下品 唯有藝術高」，這種觀念把台灣電影帶到一種偏頗的市場發展，大家都在拍藝術電影，不管是報紙媒體捧的、新聞局獎勵的、影評寫的都是藝術電影。電影應該是有容乃大，市場上需要各種不同類型的電影，比起來香港的電影發展就非常健全多元，有王晶的嬉鬧片、吳宇森的鎗戰片、王家衛的藝術片、也有陳果、關錦鵬的另一種藝術片、許鞍華、爾冬陞、陳可辛的商業片、楊凡的色情片等等，包羅萬象，這才有可能建造一個健全的電影市場。台灣就是需要不同類型的電影，《藍色大門》是商業片，迴響不是很大，但它是很好的電影，卻也只賣了幾百萬，好在成本不是眞的很大，《十七歲的天空》就更好了，成本更是壓到只有三百五十萬，發片之後台北賣到六百多萬，也賺了一些錢。這類的電影要有，但不能每一部都是《十七歲的天空》，這樣電影就會不夠多元。台灣電影的類型不夠，應該要有色

情片、鎗戰片——以前還有戰爭片，現在也沒有了。其實文化不是只有一種，矮仔財、李冠章、戽斗的《王哥柳哥遊台灣》是台灣文化的一部份，不是只有《悲情城市》，也許歌仔戲層次不是很高，但它也是台灣文化的一部份，多少小孩看著郝劭文、釋小龍長大，這都是台灣文化的一部份。所以我一直強調台灣電影的包容性要大一點、要多元。如果台灣電影只有藝術電影那就完了，應該讓觀眾在看電影時有更多的選擇，想想看如果超級市場如果只賣一種東西，怎麼做得下去呢？香港電影如果不是那麼多元，想必也早就死了，王家衛的電影很好，但如果每一部戲都是《2046》，這種片子連續拍十年，一定也會完蛋。這十年台灣大多是拍侯孝賢的類型，對整個台灣電影的發展並不是件好事，台灣應該要讓電影百花齊放。

台灣講國語和大陸的普通話是一樣的，這是語言的優勢，廣東話在大陸還是有隔閡，加上香港有一些鬼片、殭屍片、色情片，現在大陸電影尺度還不允許，還有香港最擅長的黑社會古惑仔等，都不被大陸接受，所以港片相對在大陸的競爭力其實沒有台灣強，其實台灣電視偶像劇在大陸紅很久了，並不是港劇吃香，可見台灣的電影可以比照電視的模式，拍偶像電影去征服大陸，可是台灣電影人卻不像電視人那麼積極和聰明。

我們要在大陸發行台灣片，經營這塊市場必須很認眞的去了解和顧慮到大陸市場的需要，例如大陸的尺度限制到那裡，誰現在最紅可以當主角，那家可以做發行，故事、選角也都要考慮到大陸觀眾的喜愛，拍之前把劇本寫好，卡司找好，拿到大陸去推銷賣版權，然後跟大陸辦合拍，拿到的錢就可以做爲拍片的資金，來補貼台灣的不足，否則市場那麼大，我們卻一杯羹也分不到。

問：請談一下2005年初在北京舉行的「第八屆海峽兩岸電影導演研討會」，您所感受到的大陸電影的發展情形？

這次兩岸三地研討會，剛好又碰到中國電影一百年，大陸有一百多位導演參加，香港有五十幾位，台灣代表團也有三十幾位，非常盛大，我們在會中還參加了由中國電影導演協會舉辦的「第一屆中國電影導演協會年度獎」頒獎典禮，除三地導演代表團外，另有許多影視嘉賓，約有四百人，典禮由大陸導演輪流主持，現場並錄影轉播，很隆重也很專業。爲了這次導演會，他們募了很多錢來籌辦，贊助的企業和廠商很多，可見電影事業在大陸正是蓬勃發展中。兩岸三地導演會辦了那麼多屆，我覺得大陸導演從來沒有這麼強勢過，這麼有自信，這麼有優越感。我們在整個會中可以很清楚的感覺到大陸電影人材輩出，事業蒸蒸日上，氣勢強盛，也因此吸引了許多民間及國際資金相繼投入，這種良性循環的結果是大陸電影

質與量都在往上提昇，越來越好，市場非常活絡。

我覺得會產生這樣的氣氛是因爲他們的市場打開了，今年許多大陸賣錢的電影都是破億人民幣，那麼大的市場是台灣和香港導演做夢都不敢想的，賣座第一名是《功夫》一億六千多萬人民幣，第二名是《十面埋伏》一億四千多萬，第三名是《天下無賊》也是一億一千多萬人民幣，香港的破紀錄的電影頂多是五千多萬港幣，實在沒辦法跟一億六千萬相比，台灣票房更沒得比。大陸市場照人口比例來說還有很大的空間，會場上大家都在談要怎麼跟大陸合拍，怎麼進大陸市場，每個人的眼光都放在大陸。

香港市場也正在急速的萎縮中，以今年過年檔整個票房來做比較，香港有了二千多萬港幣《韓城攻略》；大陸卻有二億七千萬人民幣，（含《天下無賊》一億一千萬、《功夫》一億六千萬）；而《天下無賊》台灣只有十萬港幣，根本懸殊到沒辦法比。所以大家都會想進大陸，市場顯然就在那裡。香港導演非常務實，很多人都到大陸拍戲，想辦法去賺大陸的錢，不像台灣導演只會自怨自艾。大家應該要注意到大陸市場，它是非常有潛力的，而且他們對台灣電影並沒有太多限制，合拍的條件是只要用一個大陸演員就可以了，這個條件很簡單，至於是在台灣、香港或美國拍都沒關係。雖然大陸劇本審查、電影審查的限制還是有，但這對台灣反而是優勢，只是限制了港片的發展，讓港片的強項如鬼片、色情片、暴力片無法在大陸施展開來。台灣電影只要不去特意談政治，在大陸還是有很大很大的空間，像王小棣導演的《擁抱大白熊》，大陸方面就很喜歡，覺得這樣的電影很溫馨很感人。

問：台灣有商業電影人材嗎？

電影不景氣，好的電影編劇都改行去寫電視劇，電影編劇很缺乏，更沒有好電影，形成惡性循環。台灣商業電影是凋零的，電影教育也無法指望，學校教的大多是走藝術電影，所以也出不了商業電影的人材。商業電影必需要有厚實龐大的基礎，我們這一輩的導演和香港導演都是從片場實作出來的，再創造出自己的商業模式，而台灣電影教育有很多理論，卻無法有實務的訓練。

▲一石二鳥劇照

商業電影並不好拍，如飛天、打鬥，沒有一些技巧是不會拍的。台灣不是只有我在做商業的電影，像王童拍的動畫片《紅孩兒》也很

注重商業性，商業電影要好玩、好笑，要能感動人，不能不痛不癢，打要打的漂亮，愛情片要拍得柔腸寸斷，喜劇要能讓人哈哈大笑。現在的台灣導演比較欠缺這種功力，鎗戰要拍到吳宇森的境界不是容易的事，沒有好的武術指導、美術指導都不行，台灣沒有電影工業，拍動作片不知能找誰，只能到香港出大錢找程小東、袁和平。我覺得台灣老導演好像不太會拍商業片，很多新導演經驗又不夠，不知道怎麼去抓觀眾，藝術電影比較是表達自己的想法，商業片卻要能夠吸引觀眾的心，要觀眾笑和哭並不容易，這也是台灣電影長期以來的積弱。

問：您對台灣電影的期許是什麼？

這兩年政府補助數位電影，對新導演來說是蠻好的事情，新導演就是要有機會多拍，拍攝的當中可以學到很多經驗，像最近新聞局局長說台灣一年要拍到一百部電影，我對他這句話是有期待的。補助數位電影，可以讓新導演不用花太多錢就有機會去拍不同類型的電影，藉此磨練自己。我覺得政府不應該拿一千萬或三千萬去補助一部電影，這樣台灣一年只會有四、五部電影，不如把那些錢拿來補助七、八十部電影，沙裡淘金，也許就會有一些好的導演的作品被片商看到，再找他們來拍商業片，讓大家有個舞台一起來做電影。這種補助我覺得應該在拍完之後再補助，可以用評分的方式來補助，第一名給多少錢，第二名給多少錢，拍得好就補助多一點，讓新導演有多一點機會拍戲，也讓很多想從事電影這個行業的人有機會進來。

魏玓

是出口還是深淵？——台灣電影跨國合製的困局與轉機

壹、 前言：老問題，新藥方？

台灣的電影工業陷入困境已經長達二十多年，從1990年代晚期起，每年電影的產量約在20部上下，映演市場的佔有率也不到1%。復興台灣電影工業與電影文化，是電影社群與一般民眾的期待，也是政府無法逃避的施政重點；只不過台灣政府的電影政策向來充滿矛盾。從1980年代晚期起，政府的電影輔導政策焦點就放在資金輔導上，其中從1989年開始實施至今的國片輔導金辦法，更成爲晚近台灣電影賴以存活的主要憑藉。但是在另一方面，政府卻又不斷鬆綁和放棄各種防守手段，例如於1986年取消所有配額措施，並陸續放寬單一外片上映的戲院數和拷貝數。加上因爲輔導辦法本身的經常修正，以及缺乏穩定長期的其他配套政策，台灣電影至今未曾透露明顯的復甦跡象。

不過，這一、兩年新聞局似乎找到了新的藥方。根據前年底（2003年12月16日）立法院通過的《電影法》修正案，原第二條第八款「稱國產影片者，指中華民國國民在國內設立公司製作、編、導、主演，以本國語言發音之電影片」，已被刪除，並在第七款增列「前第七款所稱國產影片、本國電影片及外國電影片之認定基準，由中央主管機關公告之」等彈性字句。從新聞局稍後公布的「認定基準」來看，相較於以往規定從語言到各個製作環節都必須是「本國」的規定，可以說已經將本地電影的國籍性格降到最低。首先，關於「國產影片」的界定，只要有國內製片業者參與，並符合以下幾種情形即可屬之：（一）主要演員（主角及配角）二分之一以上爲本國人；（二）主要演員（主角及配角）三分之一以上爲本國人，但要在國內取景、拍攝達全片三分之一以上，且同一外國籍的演員不得超過主要演員（主角及配角）二分之一。（三）主要演員（主角及配角）三分之一以上爲本國人，但全片在國內完成後製作，同一外國籍的演員同樣不得超過主要演員（主角及配角）二分之一。根據這些標準，要取得「國產影片」身份，可以說非常容易。至於標準應該更嚴格的「本國電影」，僅須符合兩項標準，第一是本國製片業參與的投資額要最大，或與其他聯合製作國家或地區投資比例相同；第二也是同一外國籍的演員不得超過主要

演員（主角及配角）二分之一。

爲什麼要這訂出這麼寬鬆的國產電影定義呢？新聞局電影處的修法說明是這樣說的：「爲向國際爭取資金，引進技術，使跨國合作電影片得以適用國產電影片之獎勵與輔導，爰放寬國產電影片定義。」新聞局的思維，應該是希望透過放寬電影的國籍認定標準，以讓外國電影資本參與投資或合作的電影，也能享有與傳統國產電影一般的政策優惠措施，特別是每年辦理的「國產電影輔導金」政策，作爲吸引外資的誘因。那麼，新聞局又爲什麼認爲這樣就會有利於台灣電影的復甦和發展呢？大概有兩個原因：第一，由於台灣電影工業生產仍舊不見起色，而近十年來整個社會在其他經濟和產業面向，受到新自由主義意識形態的影響下，已逐漸習慣以引進外資或與外國企業合作爲解決發展問題的手段；因此以政府出面提供誘因鼓勵國際合製電影的構想，似乎順理成章。第二，美國哥倫比亞公司於2000年投資、李安導演、台灣參與合製的《臥虎藏龍》，以及2002年與台灣導演陳國富的南方影業公司合作《雙瞳》，在市場成績方面都有大幅超越近年來國片表現的水準，也因此帶動不少「跨國合製救國片」的言論。

無論如何，新聞局的政策思維，似乎只是理所當然地認爲跨國合製[1]必然是一個正面有效的電影發展策略，對於跨國合製政策並沒有提供深度的說明、評估和探討，甚至是實際推動的辦法和規定也付之闕如。然而，不僅僅是國內對於過度樂觀看待跨國合製的「迷思」已經出現質疑[2]，就國際經驗來說，無論是從經濟或文化層面來檢視，跨國合製策略仍存有相當大的爭議。換句話說，此項電影政策的想當然爾，似乎太過「天眞」。

貳、2004年台灣電影跨國合製發展

事實上，就在新聞局與立法院完成上述的電影國籍認定放寬修法之後的整個2004年，台灣電影的跨國合製趨勢並沒有明顯擴大，反而在市場表現上漸走下坡。去年跨國合製的例子，最具指標性的應該是美商哥倫比亞公司延續其亞洲製片計畫所投資的《20、30、40》。這部由唐盟電影公司出品、張艾嘉導演，她本人以及劉若英、李心潔主演的浪漫文藝電影，除了來自哥倫比亞的投資之外，也獲得了一千萬元國產電影輔導金。該片的行銷包裝路線仿照《雙瞳》，以好萊塢西片的規格進行市場操作，國內票房大約在一千萬台幣左右[3]，僅次於話題紀錄片《生命》，爲2004年賣座次高的電影。不過，比起《雙瞳》的三千七百萬台幣，顯然有相當差距。其次，具有跨國合製成分的重要電影尚包括《五月之戀》、《空手道少女組》（中國市場另名《中國功夫少女組》）與《天邊一朵雲》等三片（請參見表一）。總計在21部的年產量中，合製電影僅佔4部（加上《20、30、40》應

爲5部）。在票房成績方面，除了蔡明亮所導演的《天邊一朵雲》於2005年三月中旬上映之外，已上映的其他兩部電影在國內市場的表現均不盡理想。

表一：2004年跨國合製之台灣電影

片名	合製／合資方	輔導金	導演
20、30、40	Columbia（美國） 唐盟國際影視（台灣）	一千萬元	張艾嘉
五月之戀	Pyramide Productions（法國） 吉光電影（台灣）	一千萬元	徐小明
天邊一朵雲	Arena Films（法國） 汯忝霖電影（台灣）	九百萬元	蔡明亮
空手道少女組	北京青年電影製片廠（中國） 果昱影像（台灣）	無	王毓雅

基本上，近年來台灣電影的跨國合製模式，可以區分爲四種。第一種是好萊塢電影工業投資特定創作者，以全球市場爲目標，台灣僅以少數人力與資金參與的製作案，此即以李安導演的《臥虎藏龍》爲例。台灣本地電影工業並未實質參與《臥虎藏龍》的生產，而且李安的條件並不易複製。事實上，從2000年以來，我們也沒有看見第二個類似的例子。第二種還是由好萊塢電影投資特定創作者，但以區域（亞洲或華語）市場爲目標，台灣電影工業在資金和人力方面投入較多；目前的案例即爲上面提到，由哥倫比亞公司投資的《雙瞳》與《20、30、40》。在這類案例中，台灣電影工業的參與程度雖然較高，但是主動權操之在外國資本；而外國資本所著眼的，乃是特定的題材或特定導演的市場潛力，其穩定性和持續性是非常難以評估的。以《雙瞳》來說，雖然三千多萬的營收成績是台灣電影近年來僅見的高票房，但並無法平衡其約台幣一億元的成本；至於《20、30、40》的結果顯然更不符合外資的期待。這個因素的考量，我們從哥倫比亞在《20、30、40》之後就沒有在台灣進行任何新製片計畫，但是卻在2002和2004年連續投資中國導演張藝謀的武俠片《英雄》和《十面埋伏》，以及2004年投資香港紅星周星馳導演的《功夫》（這三部電影的市場成績都相當不錯）等片，可以看出端倪。

第三種則是由特定的國際知名台灣導演，主動獲得或是爭取外國電影公司的投資（主要是來自歐洲和日本），進行自主性較高的藝術電影創作，並以國際藝術電影市場爲目標。這類例子包括侯孝賢、楊德昌和蔡明亮等人的作品，其運作模式已有十數年的歷史。《天邊一朵雲》獲得法國方面

的資金援助，即是2004年這類電影的最新案例。近年來這類模式則出現組織化運作，那便是具國際知名度的影評人焦雄屏所主導的吉光電影公司，包括在2001年出品的《愛你愛我》（導演林正盛），2002年的《藍色大門》（導演易智言）與《十七歲的單車》（中國大陸導演王小帥），以及上面提到的《五月之戀》；都有來自法國或加上中國的資金投注。焦雄屏所發揮的功能，類似於上述的國際知名導演，能夠吸引到外國公司投資。不過，吉光的操作模式與這些藝術電影導演有兩點不同。第一，他們的電影似乎更注重通俗市場的接受度。以《五月之戀》爲例，投入了三千萬的成本，加進了流行偶像劇的元素和明星演員，也融入頗受歡迎的流行樂「五月天」的音樂和表演。但這個案例在台灣市場的試探，似乎沒有成功，據報導票房僅在一百萬元左右。第二，吉光有意識地將中國大陸納入目標市場，希望擴大市場利基；這一點與我們舉出的第四種台灣電影的跨國合作模式有關，以下一併討論。

所謂第四種模式，即是台灣創作者或電影公司主動尋求中國方面的合作，包括資金、人力以及拍攝場景，並將目標市場定位爲納入中國大陸的兩岸華人市場，甚至是以中國市場爲主的考量。事實上，自從中國改革開放以及兩岸政治關係解凍以來，影視工業方面的合作即不斷在進行。在1990年代前半期，由台灣出資、香港創作，中國負責人力和場景的運作模式，創造出許多市場成績不惡的武俠電影。這個模式雖未明顯延續，不過台灣電影公司前往中國尋求合作機會的嘗試並未中斷。除了吉光公司之外，前中影總經理徐立功主持的縱橫影業，也是其中相當積極的公司，2000年出品的《夜奔》即是一例。而近兩年來，採取低成本通俗電影路線，總共創作出四部劇情電影的年輕導演王毓雅，也利用《空手道少女組》跟中國的青年電影製片廠取得合作，並嘗試拓展中國市場。不過這類模式的運作，至今尚未看到在中國市場取得重大成功的案例，當然，從市場腹地的懸殊比例來看，中國市場的回收儘管不盡理想，要超越台灣市場的低收入數字，難度較低。以《空手道少女組》爲例，在台灣安排上映有其困難，但在中國卻能在包括廣州、上海、北京、武漢、天津、烏魯木齊等大城市院線上映。[4]

綜觀上述的四種台灣電影跨國合作模式，雖然有不同的市場定位和操作方式，但是基本上都是以商業考量爲主的運作。以前兩種模式來說，是好萊塢公司主動篩選具有市場潛力的對象進行投資和合作，一千萬台幣的輔導金或是其他稅賦優惠，並不足以成爲吸引他們前來合製的要素。而後兩種模式，更是由台灣方面主動向外尋求合作機會，輔導金和稅賦優惠作爲另一種形式的投資，頂多可以增加對外尋求合作的本錢，同樣無法發揮

重要的吸引效果。更重要的是，這些零星的商業合製模式，也並沒有對台灣電影工業復甦，或是電影文化提昇，起到實質作用。這個面向的問題，值得我們進一步來思考，並參考國外對於跨國電影合製的經驗和討論，指出台灣制訂相關政策應有之調整。

參、 國外經驗與台灣應走的方向

二次世界大戰之後，面對好萊塢的強勢競爭，跨國合製向來是許多國家電影工業採用的生存和發展策略。晚近隨著全球化趨勢，跨國電影合製的數量也愈來愈多。一般論者將跨國電影合製區分爲兩種：第一種是經過參與國家之政府的某種形式認可，獲得政府津貼或是賦稅減免等優惠的計畫，稱之爲條約合製(treaty co-production)；第二種是跨國民間企業之間的商業行爲，沒有涉及政府的特定管制措施，稱之爲股份合製(equity co-production)。[5] 從自由主義經濟學角度看來，跨國合製具有許多優點，諸如：整合財務資源、取得各個地方政府所給予的政策誘因或補助、進入合作對象所在的市場、藉此進入第三者市場、參與原本由合作者所發起的製作計畫、達成文化方面的目的、可以方便前往想要製作產品的場景、合作對象當地提供較爲廉價的成本，以及能夠從合作對象身上學習等等。[6]

不過，就理論層次和實際經驗來看，上述的種種優點，並不必然會出現。就其引發的問題來說，有經濟和文化議題兩大方面[7]。就經濟面向而言，又可區分出兩個問題：第一，誰獲得合製的主要利益？任何合製計畫都會有主要和次要的參與者，彼此之間也會有不同的期待與目標，然而，如果不是在官方訂定的合製規範之下，或是由官方主導進行，那麼合製的利益劃分也就只能依循市場和資源實力的強弱法則來進行了。以合製活動最爲熱絡的歐洲來說，大部分國家都會與其他可能合作的國家簽訂合製條約，讓民間的合製計畫在此架構下進行。歐洲理事會(Council of Europe)甚至在1992年訂定「歐洲電影合製協定」(European Convention on Cinematographic Co-Production，1994年生效)，規範參與合製國家之間的權利義務，讓歐洲的電影合製計畫有所遵循。[8]

第二個經濟面向問題則是，跨國合製能否帶動本地電影工業的發展？這個問題與前一個問題相關，亦即是否能在合製關係中，各自取得最重要的利益。對類似台灣這種孱弱體質的電影工業來說，跨國合製的目標，不應該單單只是片量數字的增加，或是特定電影公司的利潤提高，而是必須能夠藉此帶動工業基礎體系的重建，並給予更多電影工作者穩定的收入與實作機會。前述四種台灣電影的跨國合製模式，都未能在這一點上有明顯的實質貢獻。

接下來，跨國電影合製的文化面向議題，亦可區分爲兩個問題。第一，跨國合製是否能提高創作的美學和藝術水準？這個問題不見得是跨國合製的必然考量，但是在資金較爲充裕、不同文化和題材的碰撞、以及優秀創作人員的合作等條件之下，確實有可能帶來電影藝術的創新成果。不過，由於許多私人企業之間的跨國合製著眼於市場利基的擴大，可能反而要求創作者生產以市場考量爲優先的作品，馴服創作者原來的非主流創意。至於台灣藝術導演接受外國投資進行創作的模式，則是這類議題的特殊案例，因爲創作者在外國資本的支援和期待下，有很大的創作發揮空間，也許因此生產出藝術價值備受肯定的作品，但是卻與本地觀眾的需求產生距離，造成另一種不良效果。

與美學和藝術價值議題相關的另一個文化議題，則是跨國合製電影的社會文化功能。歐洲國家之所以推動跨國電影合製，除了扶持本地電影工業之外，更重要目標是希望藉此維持電影作爲一種重要社會文化發展工具的功能，以適度解除好萊塢強勢電影文化對本地電影文化功能的壓抑。因此，跨國合製電影也就被期待，要能夠在電影內容中適當地表現參與合作國家的文化元素，並且能夠引起相關社會觀眾的共鳴。這當然是一個非常困難的議題，因爲所謂各地文化的特徵，很容易流於刻板印象的複製，或是官方版本的僵化設定，刻意要求的結果，反而可能是創意的流失或是市場反應的失敗。設立於歐洲理事會之下，促進泛歐洲跨國合製活動的組織「歐影」(Eurimages)，從兩個方面來解決這個問題：首先是合製對象以具有共同文化根源和基礎的國家爲優先，並以能夠發揮這樣文化特質的合作案爲是否予以補助的主要考量。其次是設置由合製各方派任的專家代表組成委員會，以彈性的合議方式審核合作案內容，避免採用僵化的規則。[9]

綜合以上的討論，台灣電影若要以跨國合製爲重要的電影工業和電影文化復興手段，僅僅是將國產電影的定義放寬，不但是認識上的不足，也很難產生重大的實質效果。在相關政策的思考和制訂上，應該從以下三個方面進行調整。第一，國家政策應進行主導。以國外和台灣的經驗來說，以市場收益考量爲主的私人企業合製計畫，對於合製電影的藝術和文化功能較爲忽視，甚至有負面影響。而特別就台灣的案例來說，由於實力相對弱勢，在經濟面向上，亦不見得能夠對於電影工業有所實質助益。因此，政府機構應當訂定更爲全面的跨國合製政策，包括取得相關優惠的條件、參與合製機構的權利義務，以及合製結果的考核和評估等。更重要的是應該訂立相關審核辦法，以讓合製電影能夠有效回饋本地電影工業運作，並鼓勵和促進其處理本地社會文化議題。更何況，政府以公有資源（輔導金和稅賦優惠）來吸引外資，若沒有配套規定和要求，形同圖利特定資本，

亦缺乏正當性。

第二，應鼓勵與適當的合作對象進行合製計畫。如果分別從經濟與文化角度考量，合作對象的電影工業實力與台灣電影工業比較起來不應太過懸殊，而具有共同文化根源，或是類似社會處境的國家，應該是優先的合作對象。因此，就文化的同質性以及民間社會的交流程度來說，中國確實是值得開發的合作對象。不過若在政治因素的作用下，兩岸合作需要更多的考量和規範，那麼東亞和東南亞其他國家，亦應該是台灣電影積極尋求合作的目標。這不僅是因爲我們與東亞和東南亞國家之間有較爲密切的文化關係，也是因爲台灣和東南亞國家之間近年來包括婚姻和勞動力方面的民間互動頻繁，值得以影視產品來加以描繪和記錄。相對的，在經濟實力和文化淵源的考量下，好萊塢電影工業反而不應該是台灣電影跨國合製的優先對象。

最後，健全本地電影工業體質是跨國合製的目標也是前提。跨國電影合製是發展本地電影工業的方法之一，但不是全部問題的答案。反過來說，如果本地電影工業的體質不能在其他政策協助和產業環境的配合下，逐步建立一定的實力和基礎，跨國合製反而無法獲得正面效益。正如前面討論所言，若是本地電影工業資源嚴重短缺，跨國合作的模式也就只能在尋求資金，或是輸出特定導演的創作能力等幾種模式裡打轉。同樣的，如果本地電影工業沒有展現一定程度的特色或優勢，外國電影機構在比較優勢的考量下，也不會有太高的意願與我們的電影工業合作。因此，政府除了推動完整的跨國合製計畫之外，其他復甦電影工業的措施，仍應配套進行，否則不足以成事。

台灣電影的生存困境由來已久，許多問題都已經演變成結構性的限制，任何一項政策輔導措施，不管是輔導金、國片戲院或是跨國合製，都不可能單獨、立即展現實質效益。我們需要的不是短線操作的手段，而是更完整的、結構性的以及長期的電影管理輔導架構和政策制訂。否則跨國電影合製有可能成爲台灣電影工業繼續下滑的深淵，而不是復甦的出口。

【註釋】

1 本文所謂的跨國（或國際）合製(international co-production)，採取較為寬鬆定義，泛指兩國或地區（含）以上的電影機構之間，以合作方式進行電影製作。無論是僅涉及資金方面的投資合作，或含有創作、表演或後製等方面的實質合作，均包含在內。

2 如李亞梅(2002)〈從臥虎藏龍看國際合製路線的迷思〉，《中華民國九十一年電影年鑑》，頁28-38，台北：國家電影資料館。聞天祥(2002)，〈雙瞳：一部

精緻的商業電影〉，《聯合報》，2002/10/27。

3 參見http://www.taiwancinema.com/news.php?sn=76

4「台灣電影網」王毓雅訪談，參見http://www.taiwancinema.com/news.php?sn=50

5 參見Miller, T., Govil, N., McMurria, J. and Maxwell, R. (2001) Global Hollywood. London: BFI.（中譯本由馮建三翻譯，巨流出版）

6 參見Hoskins, C., McFadyen, S. and Finn, A. (1997) Global Television and Film: An Introduction to the Economics of the Business. Oxford: Oxford University Press.

7 有關歐洲的跨國影視合製議題探討，可參考Blind, B. and Hallenberger, G. (eds.) European Co-Productions in Television and Film. Heidelberg: Universitatsverlag C. Winter.

8 參見http://conventions.coe.int/Treaty/en/Summaries/Html/147.htm

9 參見http://www.coe.int/T/E/Cultural_Co-operation/Eurimages

新聞局電影處

輔導金制度之效益與興革說帖

壹、 輔導金制度之源起

電影是一個國家的文化表徵，是一種兼具藝術與商業性質視聽媒體，我國電影事業曾經輝煌過，在六、七十年代，國片年產量高達二百餘部，惟民國七十年代後期，電影事業遭受其他新興傳播媒體之影響呈現不景氣狀態，國產影片製作量遞減，製作水準日益低落，業者拍片意願不高，漸失往昔盛況，民國七十七年間，中華民國電影事業發展基金會董監事會議提議設置「國片輔導金」，協助業者拍片，藉以提升國片產量，該會於七十八年度辦理一個年度輔導金案，共計輔導《魯冰花》等八部電影片。

惟當年基金會主要經費來源有二，一是由電影業者以甲類外片配額進口每部外片新台幣十萬元的捐獻，二是專案標售日片配額所得。後因外片配額制度取消，且當時日片在國內票房不佳，故標售配額所得不甚理想，導致基金會財源不穩，已無力再補助電影片製作業拍攝優良國片。另鑒於本局係電影事業主管機關，且電影法第三十九條亦明訂，電影事業爲文化事業，應予以輔導與獎勵。本局乃於七十七年報請行政院核准，自七十九年度起編列預算，以輔導金協助電影業者拍攝兼具文化性與觀賞性之影片。

貳、 歷年來輔導金的主要爭論焦點

長年來，電影界人士對輔導金應以文化性或以商業性電影片爲主的問題爭議不休，其主因在於雙方對輔導金的功能、我國電影工業結構、國產片市場、電影本質及其傳播功能看法不一所致。主張輔導文化性影片者認爲電影乃文化性之創作品，各國對電影之輔導皆以文化性影片爲主，向無輔導商業者；且台灣的電影工業本質不佳，商業電影片水準很差，無法跟好萊塢強勢電影競爭，因此政府應以輔導文化藝術電影爲主，才能在好萊塢電影的傾銷下另闢捷徑。

主張輔導商業片者則質疑文化、藝術性較強的國產片題材偏狹，拍片手法、劇本不按市場機制運作，完全不顧觀眾的感受，輔助此類影片，將使國產影片走向小眾電影，市場將更形萎縮，並認爲電影應以娛樂爲主，國產片市場雖受好萊塢電影影響萎縮不振，但是只要輔導金電影片以市場爲導向，拍出好看的商業影片，仍可提振國片市場，改善我國的電影工業

體質。

就電影本身的屬性而言，電影乃兼具文化性與商業性的產業，所以文化（或藝術）電影、商業電影很難從企畫案、劇本或電影片本身予以明確區分。再就本局歷年來輔導金要點規定的輔導對象：如七十九年度爲「鼓勵攝製兼具文化與觀賞之國產電影片」、八十年度爲「鼓勵拍攝高水準之國產電影片」、八十一年度至九十年度均爲：「鼓勵拍攝優良國產電影片」、九十一、九十二年度爲「促進電影事業發展，輔導拍攝電影片」、九十三年度爲「促進電影發展，輔導拍攝國產電影片」。可見輔導金輔導對象並未限定輔導商業性、文化性或某一類型之影片。只要是好的企畫案，不論是文化性或商業性影片，都有入選可能。輔導金應是就案論案，故歷年來輔導金影片的類型題材有敘述親情倫理、動作武俠、同性戀情、女性意識、青少年問題、詼諧的軍教片……等等，包羅萬象，正如台灣社會發展多元化的縮影。

不過，近十餘年來台灣電影的最大特徵是鮮明的作者論風格，在內容上具有創新的探索精神、豐富而深刻的文化內涵、影以載道的主題；在敘事鋪陳上如同前衛電影，不以情節和事件來結構故事，而是以散文般的形式來呈現故事主人翁的潛意識情結或自我的情緒投射。在影像構圖、用光和色彩的運用上，表現得別出心裁又非常主觀；鏡頭的運動，基本上是採取深焦或長拍的凝固狀態，有時甚至採定格的方式，來表達創作者當時的一種心緒或某種藝術追求。因此這類電影，對國內多數觀眾而言，比較像是在探究電影創作者的訴求，而非用以娛悅觀賞者的身心，故而這類電影或具有極高的藝術價值，但就一般觀眾的感覺而言，個人風格太重的電影片，常無法領會劇情內容所欲表達的意義，或覺題材內容遠離個人經驗，無法產生共鳴，故其國內觀眾不廣，是屬於非主流的藝術愛好者的電影，商業票房不理想，但頗得主要國際影展單位的青睞。

惟電影既是兼具文化性與商業性的產業，如要在市場上生存，就不得不重視商業票房並擁抱觀眾。因此，近三年輔導金辦理方式，爲矯正往年輔導金影片重國際影展而輕國內票房的發展方向，特以電影片企畫案之製作業、發行業及所邀演職員，並參考其近幾年之票房或得獎成績等客觀條件爲指標，以期日後能拍出以商業爲導向、以藝術爲內涵的輔導金影片。

參、 輔導金制度的實質效益

一、提高業者拍片意願

國片輔導金挹注了業者拍片的部分資金，降低他們的投資風險，也提

高他們的拍片意願，自七十九年度本局以輔導金補助業者拍片以來，迄九十三年十二月已有一百二十二部輔導金電影完成拍攝，占七十九年至九十三年國產影片產量的29.26%，對每年國產影片的產量上有一定的助益。各年度輔導金電影片佔國產片數量之比例如下：

歷年來輔導金影片佔國產劇情長片比例

年度	國產劇情長片數量	輔導金影片數量	輔導金影片所佔百分比
79	75	1	1.33%
80	32	7	21.88%
81	40	5	12.5%
82	23	6	26.09%
83	27	14	51.85%
84	27	9	33.33%
85	18	5	27.78%
86	29	15	51.72%
87	22	10	45.45%
88	16	4	25%
89	35	13	37.14%
90	17	10	58.82%
91	21	15	71.43%
92	14	1	7.14%
93	21	7	33.33%
合計	417	122	29.26%

註：1. 上述各年度國產影片數量及輔導金影片數量，係以各該年度核發准演執照之數字爲準。

2. 92年輔導金影片銳減，乃因91年輔導金預算曾被立法院凍結，致輔導金評選作業延遲，獲選名單至當年十二月中旬才公布。

二、增加國內電影從業人員之工作機會

電影係創意產業之一，而人才乃電影產業的最大資產，從一部電影片的製作支出明細來看，多數電影片的人事費用幾乎占製作支出的半數以上，爲確保國內電影從業人員之工作機會，本局自八十一年度起，於輔導金要點中規定，獲補助之輔導金電影片，應聘請一定比例的國內電影從業人員擔任製片、編劇、導演、主角、配角、攝影、錄音、剪接等工作，並規定獲補助之電影片，其攝影、沖片、印片、錄音或剪接應部分在國內處

理，以增加國內電影從業人員之就業機會，亦有助於電影相關技術經驗的傳承。

三、培育出國際知名的導演、編劇及演員

諸如李安、侯孝賢、楊德昌、王童、蔡明亮、賴聲川、吳念眞、王小棣、徐小明、陳國富、何平、余爲彥、張艾嘉、萬仁、林正盛、陳玉勳、張作驥、張志勇、易智言、鄭文堂、白冰冰、楊貴媚、金素梅、趙文瑄、李康生、蔡振南、吳興國、劉若英、伊能靜……等人均曾參與輔導影片之攝製，也因此揚名國內外影壇，開創個人電影事業的巔峰，輔導金電影在國際影展舞台上揚眉吐氣，「台灣電影人」在國際影壇確實已經佔有一席之地，輔導金當然具有一定的貢獻。

四、輔導金影片屢獲國際影展肯定

七十七年本局曾函請行政院核撥相關經費辦理輔導金，函中說服行政院的理由之一，即鑒於「近幾年我國爲增進與其他國家電影文化交流，經常選片參加國際影展，普獲好評，許多國際影展單位紛紛主動邀請我國選片參展，以七十六年爲例，我國計選送二十二部國片參加四十一項國際重要影展，大幅提昇國片之國際地位並廣收國際宣傳效果，電影實爲最佳宣媒體。本局駐外單位近幾年亦開始運用電影媒體發展國際宣傳，所費有限，效果卻相當良好。最近大陸更以整體力量，針對各國際影展特性攝製影片參展並大作宣傳，其影響力實不容忽視。」

歷年來輔導金影片如《戲夢人生》、《牯嶺街少年殺人事件》、《推手》、《喜宴》、《無言的山丘》、《月光少年》、《十八》、《青少年哪吒》、《春花夢露》、《飲食男女》、《多桑》、《少女小漁》、《忠仔》、《熱帶魚》、《國道封閉》、《好男好女》、《美麗在唱歌》、《河流》、《一隻鳥仔哮啾啾》、《給逃亡者的恰恰》、《黑暗之光》、《人間喜劇》、《美麗時光》、《天邊一朵雲》……等均曾代表我國參加國際影展，並獲入圍及得到若干國際知名影展之大獎，使我國影片得到國際影壇重視。

八十二年間，《喜宴》獲柏林影展金熊獎最佳影片後，本局外館所傳回之媒體報導達七百餘篇；八十三年《愛情萬歲》在威尼斯影展獲得金獅首獎後，國內《新新聞》週刊亦報導：「蔡明亮在威尼斯影展，三天內接受七十幾個訪問，……對外交上久處困境的台灣，電影成爲近幾年最重要的文化外交，以及國家形象的表徵。」足見藉由國產影片參加國際重要影展，除大幅提升國片之國際地位外，亦可增加我國在國際社會的能見度。

肆、 輔導金提供電影創作者圓夢的機會

儘管這幾年來，外界對輔導金有「愈輔愈倒」之譏，但根據一項由加拿大於一九九九年邀集世界各國最具文化代表性的電影相關機構（如法國坎城影展、美國紐約現代美術館、英國影藝學院等）所做的調查，卻顯示一九九〇至一九九九年間，台灣電影的總體表現排名世界第三，僅次於法國、美國，足見台灣電影在「影片創意構思」、「深度人文涵養」等層面上受到國際影壇的重視，而十多年來輔導金更是提供國內電影創作人才拍片的主要資金來源。

我國藉國際知名導演李安，七十三年取得紐約大學電影製作碩士學位後，儘管他的畢業作品《分界線》在紐約大學影展中，得了最佳影片與最佳導演二個獎，並因此獲得與美國三大經紀公司之一的簽約，但仍找不到出頭的機會，畢業後六年時間，他幾乎在家負責煮飯、接送小孩、分擔家事。在這期間，他也透過小野、吳念眞等人與中影公司洽談拍片計畫，但當時國產影片已走下坡，所有計畫也就石沉大海。七十九年李安投稿的劇本《推手》、《喜宴》，同時獲選爲本局當年度的優良電影劇本獎，也因此獲得當時中影公司副總經理徐立功的賞識，徐立功當時估算，拍《推手》預算一千二百萬元，大概可以拿到四百萬元輔導金的挹注，讓等待六年的李安獲得了執導首部劇情長片的機會。

《推手》父子通俗溫馨的情節，在低迷的國片市場有了不錯的迴響，中影公司打鐵趁熱，決定由李安再拍《喜宴》、《飲食男女》，該二部影片並分獲本局四百萬元及一千萬元輔導金。其中《喜宴》曾榮獲柏林影展金熊獎最佳影片，並入圍奧斯卡外語片，讓李安開發出他的國際市場，而藉由賣埠全世界的地毯式宣傳，讓他跟各地發行商及媒體建立起交情，之後持續經營，這些日後都成爲他拍片的人脈和錢脈。儘管李安已經不再需要輔導金作爲拍片資金來源，但仍抱持感恩的心說：「對於像我（當年）那樣沒沒無聞的新導演而言，輔導金的確發揮了相當的鼓勵作用，除了紓解實質的資金壓力外，連帶也影響了創作的心情。」

蔡明亮與李安都是中影公司在同時期起用的新銳導演，自八十一年蔡明亮執導的《青少年哪吒》獲輔導金後，他似乎成爲輔導金的常客，八十二年的《愛情萬歲》、八十六年的《河流》、八十七年的《洞》及九十一年的《天邊一朵雲》均獲選爲輔導金影片。儘管蔡明亮的影片屢獲世界各大影展的獎項，但輔導金仍是他獲取國內資金的重要來源之一，亦是他爲影片對外籌資的重要槓桿，如《天邊一朵雲》製作預算約一百萬歐元，在獲本局九十一年輔導金九百萬元後，法國阿倫納電影公司（ARENA FILMS）

亦同意投資該片製作金額的50%。

九十年獲柏林影展最佳導演銀熊獎的林正盛，其作品多次獲本局獎勵補助，其八十三年的《傳家寶》獲短片輔導金補助，《春花夢露》同時獲選爲八十四年度的優良劇本及輔導金，《美麗在唱歌》獲八十五年度輔導金、《魯賓遜漂流記》獲九十年度輔導金、《月光下，我記得》獲九十二年度輔導金。

八十八年獲東京影展金賞最佳導演的張作驥，其執導的《忠仔》、《黑暗之光》、《美麗時光》分獲本局八十四、八十七及九十年度的輔導金。以台灣製作團隊拍攝，並成功引進跨國合作模式的國產電影片《雙瞳》，在九十一年映演時全省票房達六千萬元以上，爲低迷的國片市場注入一股強心劑，該片導演陳國富早期執導的《只要爲你活一天》、《我的美麗與哀愁》、《徵婚啓事》分別獲選爲八十一、八十三、八十六年度的輔導金影片。

十多年來，輔導金不斷地提供機會予新人導演磨練外，即使是二十年前在台灣「新電影」風潮中崛起的知名導演如侯孝賢（《戲夢人生》、《好男好女》、《南國再見，南國》、《海上花》）、楊德昌（《牯嶺街少年殺人事件》、《麻將》）、王童（《無言的山丘》、《紅柿子》、《自由門神》、《火焰山》）、吳念眞（《多桑》、《太平・天國》）、萬仁（《胭脂》、《超級大國民》、《超級公民》、《傀儡天使》）、柯一正（《娃娃》、《藍月》）等，輔導金亦提供其在電影創作方面圓夢的機會，而藉由電影片的拍攝，亦得使電影事業相關經驗獲得傳承，達到培植電影創作、技術人才的目的。

伍、 輔導金的興革措施

相較於先進國家或地區動輒以數億或數十億補助拍片，我國近幾年國片輔導金的經費每年僅數千萬元左右，爲集中資源，輔助國產電影片之製作，並配合「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」，積極發展我國創意影音及數位娛樂產業，勢必將輔導金制度作大改革，以增加競爭力，其興革措施如下：

一、鼓勵跨國合作

在兼顧國內電影從業人員工作機會前提下，務實修正現行輔導金制度，適度放寬輔導的範圍或對象，將跨國合作電影片列入輔導，以收引進外國資金、技術、行銷經驗之效。

二、重視製作團隊之專業性

為避免評選制度流於主觀，並以市場導向主導輔導金電影拍片走向，將申請輔導金之電影片製作業及其所邀的導演、演員、製作人員、發行業近幾年的國內外票房或得獎成績納入評選標準，期使輔導金電影片更具可看性及吸引力，並使得獲輔導金之業者能有效運用資金，擴大利基。所以前一部片的成績越好，下一部籌拍資金越充足。

三、輔導金的信託管理

為落實輔導金對等投資原則，及確立拍片監督機制，改變輔導金具領及稽核制度，委託信託業代為處理輔導金核撥事宜，並由信託業聘請電影專業人士查核輔導金影片之執行進度與申領信託金事宜，九十一、九十二、九十三年度輔導金信託管理業務均委託第一銀行承作。輔導金選擇加入信託機制，除可落實電影輔導金之專款專用外，尚可促進電影事業朝財務透明化、產銷健全化方面發展。

四、獎勵新人導演

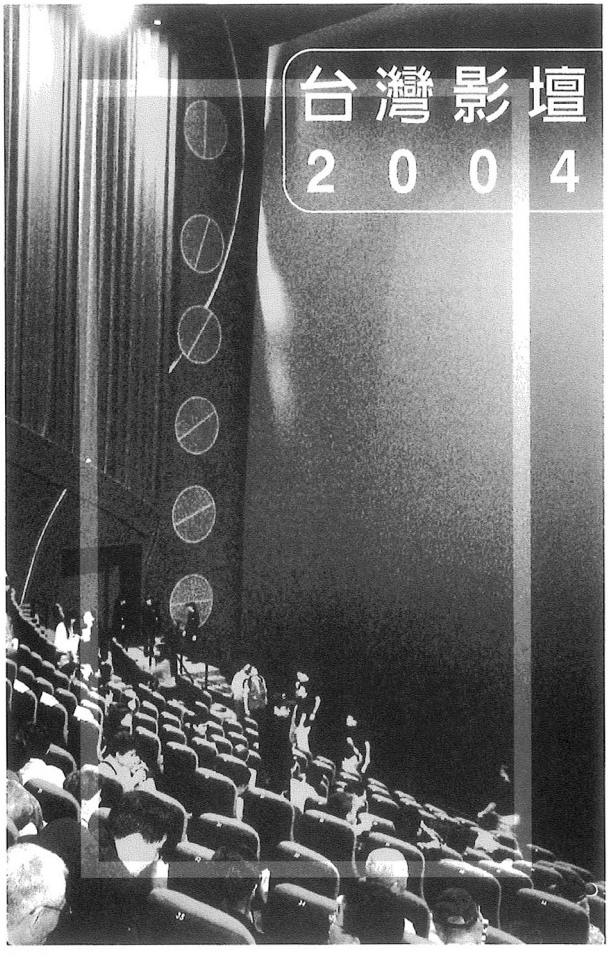
鑒於國內電影事業景氣不佳，除非獲選輔導金，否則多數電影製作公司不敢貿然投資於新人導演，且為配合「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」，發展數位娛樂、創意影音文化產業，積極培育電影創意人才，本年新增規定，自九十四年度起，每位導演參與輔導金電影之製作以二次為限，俾增加輔導新人導演之機會，故對於曾經執導短片、紀錄片，或參與劇情長片製作之相關職務者，其第一次執導劇情長片的輔導金企畫案，得優先輔導；且獲選新人導演企畫案的電影片製作業得免提撥相對的拍片資金，惟本局所撥付之輔導金仍進入信託業，獲選業者請領輔導金應接受監督管理。

五、納入成本回收機制

在參酌重要國家拍片輔導措施，大多屬「有借有還」的貸款性質，例如香港的「三三三制」，即業者出資三分之一，政府出資三分之一，另三分之一則由業者向銀行融資，等到完成影片發行，必須先償還銀行貸款，其次是政府出資部分，最後才是業者的部分；而法國電影中心的「自動補助」措施，則視製片者上一部電影片的票房成績而定。故製片者拍攝電影片就必須顧及市場性，才能確保成本的回收。為導正輔導金業者拍片不重市場性的缺點，輔導金要點已納入成本回收機制，即「結案時若有輔導金電影

片國內外版權總收入超過該片總製作額情形，受領輔導金之電影片製作業，應將超過總製作額之款項，依所獲輔導金金額佔該片總製作額比例，送交本局繳還國庫。電影片製作業獲得本輔導金以外之政府其他補助應一併納入收入計算。」

以獲選九十一年度輔導金影片《二十、三十、四十》爲例，該片於評選階段時，因製作業、發行業、導演及演職員計點積分成績優秀，獲選爲輔導金影片。該片係國內唐盟公司與香港公司合製之跨國合作影片，由張艾嘉執導，片中我國籍演職員達半數，且拍攝場景及後製作業多數在國內完成，並依信託管理機制申領輔導金。目前已知《二十、三十、四十》影片的國內發行商爲近年來影片發行成績相當優秀的邁拓公司，全球行銷權則由亞洲哥倫比亞公司購得；該片已於九十三年三月間公開映演，在台北市票房爲新台幣四百四十六萬餘元，該片除台灣以外地區的版權收入亦達新台幣二千二百萬元以上，在近年來不景氣的國產影片市場中，已屬難能可貴。


台灣影壇
2004

2004年的台灣影壇

台灣影壇在2004年在產量上雖然僅22部影片，但呈現出繽紛多元面貌。在劇情長片方面，朱延平導演仍然保持豐沛的產量與創造力，如掌握觀眾對童趣喜愛、質感精緻的商業電影《猴死囝仔》、《超級模範生》，講述浪漫戀情、男女追逐的愛情電影《喜歡你喜歡我》，懸疑詭異、充滿想像的《人不是我殺的》、《搞鬼》；尹祺導演則創作了講述男女同性與異性間錯綜複雜的唯美作品《心戀》以及對社會諷刺的黑色喜劇《黑狗來了》；楊順清導演對於刻畫「人」的生存狀態與微妙情感的浮世繪《台北二一》。

此外，台灣女性導演亦呈現出他們無窮的創作精神與寬廣的視角：《20.30.40》（張艾嘉導演）關注三個年齡層女性的情感、生活與夢想；充滿溫情的《擁抱大白熊》（王小棣導演）重新商榷家庭價值；同志電影《十七歲的天空》（陳映蓉導演）走出慾望窺視，風格明快充滿詼諧感；《豔光四射歌舞團》（周美玲導演）則以俗豔墮戲的風格描述一位白天爲人超渡亡魂的道士，夜晚卻是絢爛的扮裝皇后；青年導演王毓雅則以極高的效率推出具商業色彩的《終極西門》、《浮生若夢》與《空手道少女組》。其中，王小棣、周美玲二位導演爲年度風雲人物。

《跳舞時代》、《歌舞中國》、《生命》、《全景映象季》等紀錄片進入商業影院放映，並在票房獲得佳績，是今年的一大特色，此一紀錄片浪潮並持續蔓延至2005年，期待此熱潮能爲台灣影壇再度點燃希望。

由前述影片可知，台灣電影益形多元化、更加著重市場性與藝術性之間的平衡。影評人李亞梅並從台灣金馬影展之參展華語影片中，歸納並比較三地製片特色與異同。金馬影展執行委員會王清華秘書長，對台灣地區華語電影的票房進行調查、統計與分析。

最後，向2004年殞逝的製片家龔弘、黃卓漢與導演劉芳剛、姚鳳磐以及演員張茜茜致敬！

Development of Taiwan's Movie Industry in 2004

Although producing only 22 movies in 2004, Taiwan's movie industry still presented audiences with a diverse range of movies. In the drama category, Chu Yen-ping, maintaining his prodigious work rate and creativity, directed five movies: *How Young* and *The Kids* are two high-quality commercial films that exhibit a childlike innocence audiences love; *I Love How You Love Me* is a romantic comedy; and *Who Is the Murderer* and *Who Killed the Ghost* are formidably imaginative thrillers. Stan Yin produced the sublimely beautiful movie, *La Melodie d'Helene*, that explores the complexity of relationships among men and women; and Yin's film entitled *Black Dog is Coming* is a black comedy and social satire. Alex Yang made *Taipei 21* to portray the fate of human existence and the nuances of human emotions.

Movies by Taiwan's female directors also reveal a broad range of perspectives and profound creativity. *20. 30. 40* by Syvia Chang talks about love, life and the dreams of women at the ages of 20, 30, and 40; *Bear Hug* by Wang Siao-di reexamines family values; *Formula 17* by Chen Ying-rong is a lucid and humorous movie about gay men. *Splendid Float* by Chou Mei-ling, in a gaudy and playful style, portrays a young man of dual identities: a Taoist priest during the day and a drag queen at night. Young director Alice Wang enjoyed a prolific year, completing three commercial movies: *West Town Girls*, *Free As Love*, and *Karate Girls*. Wang Siao-di and Chou Mei-ling were recognized as the year's outstanding figures.

One noteworthy phenomenon in 2004 is that documentary films such as *Viva Tonal*, *Burning Dreams*, *Gift of Life*, and the short films of the Full Shot Film Festival played in commercial movie theaters, and generated healthy box office returns. Remaining popular in 2005, we expect documentary films to kindle new hope in Taiwan's movie industry.

The foregoing films demonstrate the growing diversity of Taiwanese movies, and the attempt to strike a balance between commercial success and

artistic merit. Film critic Li Ya-mei examined the Chinese-language film nominations of the Golden Horse Awards to compare movie production in Taiwan, China and Hong Kong. Wang Ching-hua, secretary-general of the Taipei Golden Horse Film Festival Executive Committee, completed a survey of Taiwanese movies' box office figures, producing a report containing statistics and analysis.

In conclusion, we pay homage to the people who made important contributions to the development of Taiwan's movie industry but passed away in 2004: Henry Kung and Huang Cho-han (producers), Liu Fang-gang (director), and Jhang Cian-cian (actress).

蔡宛達　蒐集整理
依據行政院新聞局出版《台灣電影目錄2003/2004》收錄

年度影片介紹

一、長片

片名：飛躍情海　　片長：96分鐘
製作人：許琳悅　　導演：王毓雅
出品公司：果昱影像　　編劇：王毓雅
規格：35釐米／彩色　　演員：林依晨、周群達、邱琦雯、高盟傑

故事大綱

住在漁港的小三，從小就被算命的說她是梁山伯轉世，這輩子和祝英台是最後一次相逢。高中畢業後她在海產店打工，和阿賓成爲好友，遠房表妹小英也被安排到店裡工作。在小英心裡，一直認定自己的生命中有一個梁山伯。

然而，當小英終終鼓起勇氣面對自己心中的那份感情時，一向不拘小節的小三又會怎麼看待這一段戀情？一連串暴力事件的爆發，讓前世今生的愛情漸漸浮現，最後的結局，會重覆前世的宿命？還是人們會衝出重圍，爲自己的愛情衝出一條血路？

片名：空手道少女組　　片長：100分鐘
製作人：劉致辰　　導演：王毓雅
出品公司：果昱影像　　編劇：王毓雅、徐憶梅
規格：35釐米／彩色　　演員：袁詠儀、陳坤、黃湘怡、林依晨、安以軒、孫麗婷

故事大綱

唱片公司面臨緊迫的業績壓力，國外總公司的亞洲負責人緊急通知本地的分公司經理江在最短的時間內組成一個具有戰鬥力的少女樂團，江臨時找來公司新進且充滿衝勁的經紀人吳莎莉，交代她即刻展開這個緊急計劃，並將團名取爲「空手道少女組」。

在經過一些基本面試後，唱片公司選出了四個二十歲左右的少女，並決定將她們四人包裝成會邊打功夫邊唱歌的少女偶像團體。

但是四個女生的立場不同，有人不願參加、有人力爭上游、有人態度鬆散、有人臨場膽怯，經過經紀人一番技巧性的說服，終於讓四個人開始準備接受集訓。究竟功夫少女是否可以麻雀變鳳凰呢？

片名：20.30.40　　片長：113分鐘
製作人：徐立功、莊麗眞、陳國富　　導演：張艾嘉
出品公司：唐盟國際影視股份有限公司　　編劇：張艾嘉、關皓月
規格：35釐米／彩色　　演員：張艾嘉、李心潔、劉若英

故事大綱

由香港轉飛台北的班機上，三十出頭的空姐想想和她的同事正聊著感情生活，想想夾在兩個男友之間難以取捨——一個是成熟的醫生，可惜是有婦之夫；一個是年輕單身的錄音師，可惜不夠成熟。

同時，四十出頭的Lily也在那一班飛機上，她和丈夫及十七歲的女兒一起出國觀光回來。這班飛機上還有二十歲的小潔，這是小潔第一次單獨旅行，她來到台灣，想在台灣實現她當歌手的夢想。

於是這三個女人的感情物語就在這個城市開始蔓延開來……

片名：黑狗來了　　片長：115分鐘
製作人：邱順清　　導演：尹祺
出品公司：中央電影事業股份有限公司　　編劇：李瑞洵、黃素玉
規格：35釐米／彩色　　演員：林美秀、蔡鎮南、李炳輝、丁寧、柯淑勤、于冠華、太保

故事大綱

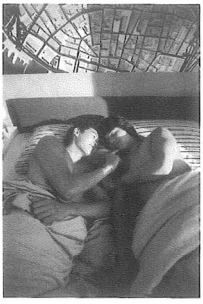
小建築承包商永吉，嗜賭如命，因無力償還賭債，偷走欠錢的收據而被黑道老大黑狗追殺。永吉的父親大德在多年前曾爲黑狗擋住仇家的攻擊，因而雙眼失明，黑狗和大德從此結爲換帖兄弟。永吉被抓後面對性命的威脅，情急之下騙黑狗說父親大德已過世，爲了籌辦喪禮，因此無錢還債。黑狗聞訊，傷心悲慟，欲到靈堂向大德捻香致意。爲了黑狗要來，永吉將父親送往鄉下弟弟永利家，並在住家附近搭起靈堂，準備來一段感人肺腑的演出。

片名：十七歲的天空
製作人：葉育萍、李耀華、黃江豐
出品公司：三和娛樂國際有限公司
規格：35釐米／彩色

片長：90分鐘
導演：陳映蓉
編劇：傅睿邨
演員：楊祐寧、Duncan（周群達）、金勤、張大鏞

故事大綱

爲了尋找那位「夢中情人」，周天財——一個純淨優質的處男，決定從南部千里迢迢來到台北展開一場瘋狂的性冒險。當晚，小天遇見圈內最有價值的單身漢白鐵男。小天對鐵男大爲心儀，而鐵男也對憨直的處男小天留下深刻印象。小天雖喜歡鐵男，但鐵男身旁總是跟著一個男人「俊」，讓小天懷疑有關鐵男花心不負責的流言，是否眞實。



一次偶然的機會讓小天與鐵男獨處，雙方並嘗試開始交往，但俊仍不時出沒，令小天十分困擾。尤其一次嚴重的誤會，讓小天以爲鐵男與俊仍藕斷絲連，頓時傷心欲絕。小宇等一干好友決定找鐵男說清楚、講明白，卻意外發現原來鐵男有一個無法告人的秘密！

片名：猴死囝仔
製作人：蘇信男
出品公司：延平影業有限公司
規格：35釐米／彩色

片長：76分鐘
導演：朱延平
編劇：葉添燈
演員：尹小駿、林小樓

故事大綱

猴子和死黨相約去後山玩，他們到了後山後，用旗子當成自己的城堡玩耍，遇到了一個美國人在這裡看風景，瞎掰輝說了許多鬼故事給美國人聽，還說遇到鬼擋膽時，只有尿尿才能把鬼嚇跑。到了學校，猴子告訴死黨們這件大事，並推測這件事情也許跟那一天發現的洞穴有關，說不定裡面有寶藏，於是大家相約假日要去探險，看看能不能找到寶藏，或是外星人的基地。這個計劃因爲被奶妹聽到了，所以只好也帶著奶妹前去。猴子等四個人在洞穴裡面東鑽西闖，除了被嚇得半死（還怕遇到鬼）之外，還被困在洞穴裡，找不到出去的路。被困在洞穴裡的一夥人一直想辦法要出去，結果發現蠟燭有被風吹動的跡象，於是利用風的方向來找出口，終於發現了一個有著微光的洞口，洞口被雜草覆蓋，洞外赫然是汪洋一片，海上還有漁火點，找到出路之後，大家都很開心……

片名：台北二一　　片長：96分鐘
製作人：邱順清、楊順清　　導演：楊順清
出品公司：中央電影事業股份有限公司　　編劇：楊順清、何瑜琦
規格：35釐米／彩色　　演員：林孟瑾、蔡信宏

故事大綱

阿宏與小瑾是一對典型的台北上班族，交往已經七年了，他們連一間可以同居的房間都租不起，面對彼此生活上的矛盾，經常吵架，有時會覺得該不該分手了？

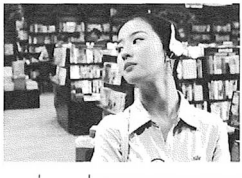
王先生是小瑾精品店的大客戶，浪漫多金但已結婚，小瑾幻想著嫁給這樣的有錢人，可以過著豪華的生活。阿宏的手機意外錄到小瑾和王先生的甜蜜告白，於是兩人終於分手。一天下午，小瑾從睡夢中甦醒，眼前的家園變得煥然一新，像是地中海式的庭園一般美麗動人……

於是小瑾決定繼續留在台北，她相信阿宏會回來，一起實踐共同的夢想。

片名：五月之戀　　片長：110分鐘
總製片人：焦雄屏、韓三平、田壯壯　　導演：徐小明
監製：焦雄屏　　編劇：黃志翔
出品公司：吉光電影公司　　演員：陳柏霖、劉亦菲、五月天
規格：35釐米／彩色

故事大綱

阿磊是石頭的弟弟，從小品學兼優卻沒有哥哥的人氣與大筆收入，只能默默幫五月天成立官方網站，在網站上有一個女歌迷瑄瑄，對阿信瘋狂著迷，而對瑄瑄同樣感興趣的阿磊乾脆假冒阿信，在網路上與她交往起來，一段隱姓埋名爾虞我詐的網路戀情於是展開，直到某一天這個女孩似乎發現了什麼秘密，從此在網路上消聲匿跡，阿磊發狂的尋覓對方、並公開表示歉意，但皆是白費心機，直到多年後，在北國的哈爾濱，兩人再度不期而遇……



片名：擁抱大白熊　　片長：96分鐘
製片：黃黎明　　導演：王小棣
出品公司：稻田電影工作室有限公司　　編劇：黃黎明
規格：35釐米／彩色　　演員：陳冠柏、洪顯瑄、汪建民、周幼婷、陳湘琪、陳季霞

故事大綱

趙大軍的爸爸、媽媽離婚了，美麗的媽媽是空中小姐，只能偶爾在飛行的空檔來看他。爸爸工作很忙，又要追求時髦的大明星丁小婷，只有住在家裡的胖表姊怡芬可以照顧他。兩個寂寞的小鬼相依爲命，卻又彼此敵對，互相嫌惡。

爸爸、媽媽沒辦法應付大軍每天在家裡和學校出的狀況，決定要送他出國唸書。大軍不願意離開家，假裝被綁架，他發簡訊要媽媽來找他，但是媽媽忙著試結婚禮服，沒時間接電話。大軍一個人在街上流浪，全家出動找人，只有怡芬想到他可能在哪裡。找到大軍時，她發現自己心裡竟然有一份不捨……

片名：艷光四射歌舞團　　片長：100分鐘
製作人：符昌榮　　導演：周美玲
出品公司：三映文化事業有限公司　　編劇：周美玲
規格：35釐米／彩色　　演員：陳煜明、鍾以慶、馬翊航、賴昱琦

故事大綱

薔薇是個扮裝皇后，但現實生活裡，他做另一種裝扮——葬儀場合中的道士。在一次意外中，薔薇的前男友——阿陽，溺水身亡了。薔薇應阿陽家屬的請託，前去牽魂、誦經、做法事。但在海邊招魂之時，家屬忘記帶來阿陽的衣服，薔薇憂心阿陽的魂魄找不到路回家，一急，就將身上原屬於阿陽的黃衫脫下，綁在招魂桿上；在安靈的儀式中，薔薇請出阿陽的牌位，阿陽的老母怨嘆著：阿陽遲不結婚，以致連牌位也沒有妻兒可以供奉……，薔薇聞言心酸，一時脫口說出，要以「未亡人」的身分將阿陽帶回家；資深道士的老父親看在眼裡，覺得薔薇如此脫線，將來如何繼承家業……。

片名：人不是我殺的　　片長：92分鐘
製片：蘇信男　　導演：朱延平
出品公司：延平影業有限公司　　編劇：林蔓蒨
規格：35釐米／彩色　　演員：吳宗憲、安雅、楊恭如

故事大綱

柯南是一個迷糊的警探，最大的心願就是與女友蕙玲結婚，在追查一件兇殺案的過程當中，意外結識了偵探小說迷——阿珍，阿珍盡力幫柯南破案，同時這件刑案也讓柯南跟女友的感情更加堅定，最後兩人終成眷屬，而阿珍也在婚禮上遇見白馬王子。

片名：喜歡你喜歡我　　片長：92分鐘
製片：蘇信男　　導演：朱延平
出品公司：延平影業有限公司　　編劇：曹如萍
規格：35釐米／彩色　　演員：林志穎、許紹洋、楊恭如

故事大綱

一個意外造就一些巧遇與分離，但在分離之前總有些故事會發生，所有的愛情都一樣，在一開始滋長的時候卻沒有給予足夠的養分，就無法開出燦爛的花朵。這是一個易懂的道理，但深陷愛情的盲目，卻往往讓一對愛侶錯過彼此相愛的時間。相愛不是一個人的事，對方無法感受到你的情意，一切努力都等於沒發生過。「喜歡你喜歡我」代表的就是讓自己變得值得被愛的決心。喜歡一個人重要的不是強取或豪奪，重要的是你面對它的態度。

片名：心戀　　導演：尹祺
製作人：徐立功　　編劇：徐立功、黃素玉、尹祺
出品公司：縱橫國際股份有限公司　　演員：林佑威、蘇慧倫
規格：35釐米／彩色

故事大綱

樓寧，單親家庭裡長大的音樂系女生，幼年父親離家的陰影讓她只有從蕭邦的鋼琴曲裡獲得補償；筱菁，樓寧的摯友，性格直爽，卻徘徊在不敢啓齒的同性之愛裡；黎浩，一個傻憨憨的大傳系男生，擅長貼心的守候。

在他們稚嫩的青春歲月裡，三個年輕人探索愛情、友情的界線，直到來自法國的音樂教師丹尼爾出現，把樓寧的心從三個人之間抽離。故事，從這裡開始……

片名：終極西門
製片：許琳悅
出品公司：果昱影像製作有限公司
規格：35釐米／彩色
片長：90分鐘
導演：王毓雅
編劇：王毓雅
演員：吳辰君、楊謹華、蕭淑愼、陳宇凡、竇智孔、曾耀揚

故事大綱

西門城裡的兩大幫派，以GUCCI爲首的峨嵋幫與剛從國外回來接掌幫務的西門堂主PORSCH，兩人看似仇人，事實上，卻有著血濃於水的親姐妹關係，原來，PORSCH和GUCCI是同父異母的親姐妹。卻在同一個地盤上，註定爭個你死我活。

片名：浮生若夢
製片：許琳悅
出品公司：果昱影像製作有限公司
規格：35釐米／彩色
片長：90分鐘
導演：王毓雅
演員：黃瑜嫻、王毓雅

故事大綱

小三是一個原本性格開朗充滿正義感的女孩，住在漁村的她自從表妹小英爲了救她而沉入海底之後便開始放逐自己，小台是在不良少年社團臥底的警探，由於有著一身在拳擊社練出的好身手，所以一出警校就被安排到社團臥底的她，一直存在著是非對錯的矛盾與掙扎。小台與小英是國中同學，因兩人名字加起來是英台，於是她們開玩笑，如果她們嫁人，一定要通知對方已經找到自己的山伯了。

小英消失之前，曾寄過一封信給小台，小英告訴小台她找到自己的山伯，那個人就是小三，小英告訴小台她和小三的離別心情。

片名：光
製片：黃亞歷、林冠慧
規格：16釐米／彩色
演員：楊子樸、張培元、許國隆
片長：57分鐘
導演：黃亞歷
編劇：黃亞歷

故事大綱

在分離兩年之後，兩位老朋友在一個偶然的機會下相遇，彼此都感到很驚訝，因爲他們沒想過會再見面。來訪的朋友透露自己拋棄原本生活的原因，而另一位則娓娓道出爲何自己選擇住在荒蕪人居的地方，兩人慢慢地說著生命的追尋還有對心靈平靜的追求。

片名：夢遊夏威夷　　片長：100分鐘
製片：梁宏志　　導演：徐輔軍
出品公司：活力電影有限公司、飛馬數位影音股份有限公司　　編劇：徐輔軍
演員：楊祐寧、黃鴻升、張鈞甯、黃泰安

故事大綱

即將退伍的老兵阿洲，面對未來一片茫然。某夜，他夢見多年不見的小學同學——陳欣欣，死狀淒慘。多年來，阿洲經常想起這位唯一對他好過的女生。他堅信這個突如其來的夢，決定尋找失連多年的陳欣欣。

不久，連上發生菜鳥昆河逃兵事件，阿洲與小鬼上級指派阿洲跟小鬼尋找逃兵的任務，他們卻當做休假的好時機。阿洲趁此時找到陳欣欣。陰錯陽差下，陳欣欣跟著阿洲和小鬼到了花蓮……

他們在花蓮擁抱夏日陽光，享受熱帶海洋氣息，過著渡假般的生活，卻突然和昆河不期而遇。

昆河將他們綁架到堆滿炸藥的廢棄小屋，他們害怕即將遭遇不測，但他們怎麼都料想不到……

片名：超級模範生　　片長：80分鐘
製片：蘇信男　　導演：朱延平
出品公司：延平影業有限公司　　編劇：朱延平
規格：HD　　演員：尹小駿、蕭穎、張善爲

故事大綱

阿超是個不愛唸書、只愛打混摸魚、打架鬧事的學生，白皮和阿堯就是跟阿超不打不相識，後來變成好朋友。

一天班上新來一個轉學生小琪，因爲身體不好，每天都必須戴著口罩，經常被同學取笑，因此跟同學們處得不好，但卻跟阿超成了好朋友。阿超爲了小琪，決定痛改前非，從「摸魚飯桶留級生」到競選「模範生」。

校外的流氓老是到學校來收保護費、欺侮學生，見阿超對惡勢力不肯低頭，於是不斷的來找阿超麻煩。小琪的父親反對小琪跟阿超交朋友，小琪負氣離家出走，結果發病被送回台北。阿超失去競選「模範生」的動力，又恢復了我行我素的生活。這時流氓老大又派了打手來找阿超麻煩，還打傷校警，想要槍奪學校剛收的學費。阿超見義勇爲以寡擊眾，反而獲頒「模範生」獎章。

片名：狂放　　片長：72分鐘
製片：陳薇　　導演：陳正道
出品公司：三乘影像股份有限公司　　演員：黃鴻升、許安安、韓宜邦
規格：35釐米／彩色

故事大綱

本部電影呈現了三個十八到二十歲的主角生命故事。故事開始於一個喪禮結束於一個婚禮，它直接由所謂叛逆的青少年邊緣性剖析，並從一個中立的角度涵蓋了援交、自殺、墮胎、同性戀、師生關係、藥物和街頭文化等議題。在一個艱難惱人的背景下，電影眞正的焦點在於友誼和成長過程中所面對的無法掌控事情的感受。電影所提供的是一個自我的反思與告白。更勝於對他們的觀察或批判。

片名：搞鬼　　導演：朱延平
製片：蘇信男　　編劇：葉雲樵
出品公司：延平影業有限公司　　演員：張善爲、郭定文、安雅、陳子強

故事大綱

剛開始的時候，這只是一個玩笑，因爲這些新兵是一群有點無聊，有點好奇，又不信邪的年輕人。在老兵阿民的嘴裡，「821營區鬧鬼」已是久傳不爭的事實，因爲這裡曾是日據時代槍斃人犯的刑場，他甚至繪聲繪影的告訴大家不該觸犯的禁忌：午夜十二點正的時候，如果你要上廁所，不要隨便看馬桶中的倒影，因爲你會看到自己死的時候的樣子，如果到時是個老頭還好，如果看到的是自己現在的倒影，那就是大限之日不遠；不要亂撥電話，如果連續撥十個四，就會接到「地獄專線」，使者會馬上帶你去地獄報到！

是情感的迷戀？還是陰魂不散的牽引？阿祥再次與阿秀至「鬼屋」碰面，當一陣雷光劃過天際時，秀秀似中邪般的主動擁吻阿祥，雷光閃個不停，在兩人激情之中，前世的幻覺出現，阿祥正與一日本女子偷情，而憤怒的軍官，向兩人揮刀砍去……。

片名：火焰山（動畫）　　片長：100分鐘
出品公司：宏廣股份有限公司　　導演：王童
規格：35釐米／彩色

故事大綱

取材自中國家喻戶曉之經典名著《西遊記》，以三藏取經的奇妙歷程爲梗概，故事包含他的三個徒弟孫悟空、沙悟淨、豬八戒等三人的有趣冒險。

一行四人來到火焰山，由於火焰山爲通往西域唯一通道，爲順利通過，必須向鐵扇公主借芭蕉扇。然而鐵扇公主卻不肯出借，這師徒四人該如何克服困難？他們能順利抵達西域嗎？

片名：蝴蝶夢——梁山伯與祝英台（動畫）　片長：85分鐘
製片：涂德錡、邱順清　導演：蔡明欽
出品公司：中央電影事業股份有限公司　編劇：蔡明欽、鄧亞宴
規格：35釐米／彩色　配音：蕭亞軒、劉若英、吳宗憲

故事大綱

好動活潑的女孩祝英台，女扮男裝到學校去上課。在前往學校的途中，英台遇到了清秀斯文又富正義感的梁山伯。三年後，掛念家裡的英台在返家前晚，對山伯表白了自己的身分與情感，兩人私下互許終身。但這一切，都被躲在一旁的紈褲子弟馬文才偷看到了。

回到家中的祝英台發現自己被許配給馬文才，英台不從，卻無法抵抗強勢的馬太守。山伯到英台家拜訪後才知道英台已經許配馬文才，黯然憔悴地離開祝家。虛弱的山伯終因不堪悲傷而死去。

山伯的死訊傳來，英台內心哀痛不已，她偷偷離家來到了山伯的墓前。就在此時，墓碑崩裂，山伯溫柔微笑牽引著她，緩緩走入墓中，兩人化成翩翩彩蝶，雙雙飛向天際……。

二、紀錄片

片名：跳舞時代　導演：簡偉斯、郭珍弟
製作人：簡偉斯、郭珍弟　攝影：周以文
規格：35釐米／彩色　剪接：陳博文
片長：104分鐘　錄音：杜篤之

內容簡介

殖民地紀錄片中最常見的故事是人民悲慘的生活或受壓迫者的心聲吶喊，但是《Viva Tonal跳舞時代》跳脫統治者與被殖民者的角度，以台語流行歌開場，跟著曾經紅極一時的歌手愛愛阿嬤回到歷史現場。1930年代音樂人的笑與淚，縈迴交織在創作者的追尋歷程中，他們感嘆當年台灣文化多元開放的契機一旦熄滅，居然等到幾十年後才在台灣社會重新點燃。在追索音樂文化歷史的過程中，他們似乎找到了創作的新動力，然而探索的旅程仍將持續……

片名：歌舞中國　　導演：彭文淳
製作人：彭文淳、林少芬　　攝影：何男宏
規格：35釐米／黑白　　剪接：蕭汝冠、洪良木
片長：72分鐘　　錄音：杜篤之

內容簡介

2000年夏天，在上海一個已傳承三代、專跳爵士舞與美國百老匯舞蹈的舞團裡，每一代舞者都有各自認同的舞種：三代人在面對信念和理想時產生衝突，反映了小人物的偉大和卑微，也反映了大時代的變遷和活力。他們都經歷漂泊，而漂泊的人是沒有根的，也沒有奉行貫徹的主義，所以活得很自己。這就是上海。《歌舞中國》以影像和文字記錄了一群熱愛舞蹈的熱血青年，用踢踏舞、爵士樂在新舊上海場景中，搭起了沈浮於現實與理想中的夢工廠……

片名：生命　　片長：148分鐘
製片：吳乙峰　　導演：吳乙峰
規格：DV／彩色

內容簡介

每個人在人生中都必須經歷生離死別的生命狀態。透過生命中突臨的意外引發的傷痛，這種因意外所造成的生命喪失刻畫了另一個生命的深刻存在。台灣1999年9月21日發生的大規模地震，造成無數的人命失喪，家庭破碎，極度的傷痛襲擊了這些人，然而生命不只是這樣而已……

片名：梅子的滋味　　導演：郭笑芸

內容簡介

山崩地裂後的奇景，讓一群人絕處逢生，在草莽而生猛活力的人性衝撞下，奇觀式的山間演出一場酸甜苦交雜的深度地震。

片名：部落之音　　導演：李中旺

內容簡介

「FM91.3部落之音的聽眾早安!我是巴亞斯...」打開收音機，透過這個地下電台，你會聽到部落裡梨子與甜柿的是非、溪水與土石的八卦……

片名：天下第一家　　導演：吳乙峰

內容簡介

廢棄軍營裡的營長、不願搬離帳棚的老兵、住在保麗龍屋子的一群人，三段奇遇，在一條短短的街道，交織出迷人的生活戲劇。

片名：快不快樂四人行　　導演：吳靜怡
製作人：吳靜怡　　攝影：吳靜怡
規格：DV／彩色　　剪接：吳靜怡
片長：63分鐘

內容簡介

從不安到擔憂，導演進入了朱媽媽一家三口的生活之中。不安是因爲不了解。擔憂是因爲她們的溫暖讓人忍不住希望他們好好的生活，最後才發現，原來生命就是生活，不論快不快樂，都要好好走下去。

片名：海洋熱　　導演：陳龍男
製作人：廖志堅　　攝影：陳龍男
規格：DV／彩色　　剪接：陳龍男
片長：109分鐘

內容簡介

第四屆貢寮國際海洋音樂祭在2003年的夏天舉行。其中最受大家矚目的就是第二天獨立海洋音樂大賞的樂團比賽。在評審眼中樂團表現整齊，女主唱表現突出的Mango Runs；平均年齡只有十七歲卻遍尋不到鼓手的Hotpink；積極準備比賽而把工作辭掉，一心想得到二十萬獎金的原住民樂團Totem；擁有三個vocal加上用無厘頭方式和心態玩音樂的Stone；以及每次練團都要和警察周旋的Nshine Boy等五個樂團也都報名了這一次的比賽。

雖然每個樂團懷著不同的心態來參加，也各有不同的際遇，然而相同的是，每個人都默默期待，有一天自己能再像「海洋」一樣，在擁有數十萬觀眾的搖滾舞台上綻放耀眼的光芒。

片名：尋找牛背上的翅膀——田園記　　導演：許麗善
製作人：許麗善　　攝影：許麗善
規格：Betacam／彩色　　錄音：許麗善
片長：55分鐘

內容簡介

導演將鏡頭轉向自己七十多歲的母親，老母親依然用傳統的農耕方式在自家的田園裡耕作，與大地對話。但緊隨著外在環境結構的變化起伏，這片田園也產生了變奏……

導演藉由這個過程，對映／呈現出傳統農耕體系在資本經濟及商品市場法則的衝擊下日漸瓦解的變遷過程，也藉以追懷／保留父母的年代和童年的時光。

片名：25歲，國小二年級　　攝影：李家驊
規格：Betacam／彩色　　剪接：李家驊
片長：60分鐘　　錄音：李家驊
導演：李家驊

內容簡介

在所有人眼中，二十五歲的李家驊是聰明、體貼和自尊心很強的人，但是他自己卻不這麼認爲，相反的，他覺得自己膽小、僞善，而這都是因爲一件在國小二年級、八歲時所發生的事情，一直纏繞在他心中。有人說他懦弱，不敢去面對那件事情，也讓他終於鼓起勇氣拿起攝影機，開始尋找當時跟那件事有關係的人……

片名：假裝看不見　　導演：蔡一峰
製作人：蔡一峰　　攝影：蔡一峰
規格：Betacam／彩色　　剪接：蔡一峰
片長：64分鐘　　錄音：蔡一峰

內容簡介

夜幕低垂，霓虹燈閃爍，大都會的夜生活正式展開，馬伕載著大陸妹，不斷穿梭於各色情場所，都市燦爛的光影下，赤裸裸的皮肉交易正熱絡地進行著。海峽兩岸開放通婚後，台灣色情業者見縫插針，以假結婚名義，引進大陸妹來台賣淫，鏡頭深入都會夜生活的交易現場，一窺性市場的眞實面貌，也見證大陸妹來台出賣靈肉的甘苦辛酸……

片名：往事只能回味　　導演：羅興階
製作人：王秀齡　　攝影：羅興階
規格：DV／彩色　　剪接：王秀齡
片長：89分鐘

內容簡介

這是一部壟封十年關廠失業工人抗爭事件。1992年10月，勤翔紡織員工爲了籌組工會，竟遭公司無情的打壓，資方從調職、減薪到突然關廠；員工從忍氣吞聲到圍廠抗爭、走上街頭。台灣勞工第一次向總統府請願，第一次向行政院請願，是這群來自台南鄉下的底層勞工，他們的抗爭過程及一舉一動影響了往後台灣勞工抗爭運動的模式，這也是台灣失業工人抗爭首篇血淚史。

三、短片

【動畫】

片名：藏夢王　　導演：李彥
製作人：李彥　　攝影：李彥
規格：Betacam／彩色　　編劇：李彥
片長：6分鐘

內容簡介

將現實中的人事物分解重組，動新上演，人們下意識地步上了從夢到夢的旅程。

片名：充氣娃娃極樂生活　　攝影：馬君輔
製作人：馬君輔　　編劇：馬君輔
規格：Betacam／彩色　　演員：馬君輔
片長：7分鐘　　剪接：馬君輔
導演：馬君輔

內容簡介

本故事主要是表現當完全物質化的心靈世界，人與人的交往變得間接與薄弱，主人翁藉著向充氣娃娃工廠購買各種不同性別人種充氣的人型，來做爲陪伴其心靈的伴侶、朋友、性伴侶、親人、寵物。之間多重的角色扮演與執著於在虛擬化、似乎不眞實的現實間中，找尋一種自慰形式的內心世界，一種虛假的眞實與自慰的無辜者展開在我們自體的生物模式。

片名：腦內風景　　導演：謝珮雯
製作人：謝珮雯　　攝影：謝珮雯
規格：Betacam／彩色　　編劇：謝珮雯
片長：8分鐘

內容簡介

阿公年約八十，患有老年癡呆症，心智已經回到了五歲以下，阿公在家中時而呻吟，時而對空氣說話，似乎在和幻覺中的人物對談，偶而陷入自己的幻想中，似乎也自得其樂著，而身爲家人的媽媽和妹妹所能做的，就是盡好照顧他的職責，然而面對失智老人脫序的演出，也好像只是讓清醒的人更加的手忙腳亂，而阿公就這麼的穿梭在現實與非現實間，儘管忙壞了照顧他的親人與無數的叮嚀，阿公似乎也只能往他的夢裡越走越深了……

【實驗片】

片名：對焦－失焦　　導演：蔡坤霖
製作人：蔡坤霖　　攝影：蔡坤霖
規格：Betacam／彩色　　剪接：蔡坤霖
片長：7分鐘

內容簡介

對焦過頭就會失焦，失焦之後，又進而對焦。依賴文字、語言的詮釋已失去屏障，因爲文字語言本身即是一種暴力。在惱人的嗡嗡聲中，我們已失焦，進入一種恍惚的狀態。

李亞梅

合資未合流——從金馬獎看年度華語電影的各自風華

非常習慣，在天候微寒的金馬季節，守候在試片室與戲院間，在光影之間駐足，在影像之間留連，一部影片接著一部影片，一個導演接著一個導演。期待如此大量而密集的觀看，能夠深切體會年度華語影壇的細微變化與興衰起落。

拜大陸開放合資電影報名所致，今年（2004年）報名第四十一屆金馬獎的華語影片高達五十八部，創下了近年的新高紀錄。報名影片數量雖多，合資影片也在政策鼓勵與影人競相投入的情況下，日益增多，但合資合製的合作狀態，顯然未能影響華語影壇的各自風華。兩岸三地獨特的人文情懷與電影風格，依舊清晰分明的體現在各自的影像作品中。

香港：黑道當家

兩岸三地電影工業最爲發達的香港，除了幕前幕後整齊的演、攝、製水準依舊讓台灣和大陸望塵莫及之外，在影片類型的開發與創意上，其實沒有太多讓人眼睛一亮的驚喜，警匪動作片依舊是其中的大宗：《無間道II》、《無間道III終極無間》、《大事件》、《新警察故事》、《千機變II花都大戰》、《旺角黑夜》等，信手拈來，均是援例。不過，在一片黑道當家的電影潮流中，向來刁鑽靈活的香港影人，依舊在如此了無新意的類型電影之中，反映了大陸合資影片的攝製趨勢與獨特的傳媒亂象，於是，香港警察有了大陸公安的暗中協助（《無間道III終極無間》），或者，香港黑社會多了遊走在邊緣的大陸青年與妓女（《旺角黑夜》），或者，俗爛的警匪對決多了傳媒的興風作浪（《大事件》）與積極介入（《A1頭條》）。

雖然在密集的時空中，觀看大量的、類似度極高的類型電影，頗有令人難以忍受、難以去化的不耐感，但抽離之後靜思，終究還是得佩服香港影人在既有類型電影中，注入社會觀察的心意與新意。

大陸：新舊兩極

大陸影片因爲尚未能獲得大陸官方的許可，正式加入這場兩岸三地華語影人的角力大賽，因此，從報名金馬獎的影片質量來觀察大陸影片的攝製水準和趨勢，自是力有未逮。幸而，每年大陸官方自行選派參加金馬國

際影展的影片，稍可彌足這個文化觀察的缺口。今年大陸電影除了眾星雲集，聲勢驚人的《十面埋伏》和頗具社會省思，兼且票房長紅的《手機》之外，比較引人注目的是美國哥倫比亞公司投資拍攝的《可可西里》。這部講述大陸藏人自組巡山隊保護羚羊免於被不法商人獵殺的影片，是根據大陸眞實新聞事件改編的故事，自然平實的影像風格和敘事語言，直似大漠風情，簡單直接卻又豐富動人。與之相對相較的，則是大陸官方每年自行選派的影片，其中，較具代表性的《暖》，是改編自大陸知名作家莫言描述大陸農村知青的愛情小品，電影雖然獲得去年大陸金雞獎最佳故事片的殊榮，也在大陸創下極佳的票房和口碑，但對香港與台灣的觀眾而言，這種類似大陸第五代電影的作品，在全球化、國際合資口號不絕於耳的現時今日，似乎讓人有了時光錯置的荒謬感。大陸電影的新舊對比，一方面固然突顯了國際資金注入之後所帶來的視野和格局，一方面也毫不留情地對比出大陸自製影片的通俗和保守。

台灣：人文至上

相較於香港類型電影的當道，以及大陸電影在西方資金狂潮注入之後所呈顯的兩級面貌，台灣電影依舊脫離不了濃厚的文人味：《大選民》描述台灣的政治亂象；《月光下，我記得》探索中年女性的愛恨情慾；《擁抱大白熊》省思單親家庭的親子關係；《夢遊夏威夷》反映升學教育的後遺症……。電影，之於台灣影人，似乎成了知識份子觀察與批判社會、文化的工具，關於逃避式的娛樂這種事，台灣觀眾約莫只能繼續轉向好萊塢和香港電影尋求了。在厭膩了台灣電影的「文以載道」之後，對《十七歲的天空》這種純以商業取向操作，而能攻略全省八百多萬票房的企圖與表現，總不免讓人耳目一新，終而萬般期待了。

是以，金馬獎，雖是華語影壇的年度盛事，但看熱鬧者有之，行禮如儀者有之，捕風捉影者有之，伺機撻伐者有之，但從中思考與觀察華語影壇年度變貌者，卻少之又少。除了星光熠熠，或者一夜風華之外，金馬獎應該還有些許文化觀察的意義與價值，只是端賴觀看的人是否有心如此罷了。

王清華

2004年電影市場總覽

一、四月份的票房受總統選舉影響

2004年全球最大的災難，當屬南亞大海嘯，死傷以數萬人計。

這件災難對台灣並無多大影響。2004年對台灣影響最深最鉅的，無過於「三・一九」槍擊案的兩顆子彈，及第二天「三・廿」總統選舉的結果。

由於選情激烈，及選舉結果出乎部分國人的預料，加上槍擊案的諸多疑點難以釐清，以故在台北市造成了長達一個月的民眾抗爭，總統府周邊道路遭到連續管制或封鎖。

交通的不便與氣氛的不睦，嚴重影響及電影觀眾的觀影意願。電影業的營收自然也受到波及。

從全年十二個月的票房統計數字來看，便可以看出端倪（請參酌本文文末所附全年票房統計表）：

2004年外片逐月票房統計表（單位／百萬）

月份	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
票房	2,22	0,88	1,42	0,97	3,57	3,66	1,72	1,37	1,74	1,64	2,08	1,75

由上表可知，2004年全年外片沒有破億的月份只有二月及四月。但二月份的影片許多都是在除夕（元月二十一日）或除夕前就已上片的大片，票房多計入元月份（如《末代武士》的一億零二百萬）。

以故四月份的九千七百萬票房，可以得知明顯是受到總統選舉結果的影響。然而在四月過後，選舉的陰影逐漸淡化，抗爭人群亦已散去，五月及六月的票房立即躍昇至三億六千萬。

二、暑假檔提前開跑

在2002年之前，傳統的電影暑假檔都是從六月中旬之後開始，一方面高中大學都是從六月二十日前後放暑假；另方面大學聯考則是在七月一、二、三日舉行。

片商（特別是美商）爲顧慮市場的統合與競爭，早在數個月前，就會根據出品地美國的上片時間，安排大片在此間的上映檔期。而且早做協調，使大片間互錯開，避免「強碰」。

早年有所謂「五窮六絕」之說，即指五月、六月之時，大片未臨小片

充斥；學子埋首書堆，年終考、畢業考、聯考諸多考試等在眼前。因此觀眾不上門，業界度小月。

等到六月中旬一過，學子一關過一關考完，大片一周接一周推出，遂掃盡學生們的零用錢。

以1996年至2001年爲例，每年暑假賣座的前兩名大片，幾乎都是在六月中旬以後才上片（尾部數字爲其全年總排名名次）：

年度	暑期第1、2名及其賣座數字			上片日期
1996	1	ID4星際終結者（187,755,640）	1	7月2日
	2	不可能的任務（133,632,450）	2	6月20日
1997	1	失落的世界（213,165,160）	2	6月21日
	2	變臉（147,874,370）	3	8月21日
1998	1	世界末日（163,814,050）	1	7月24日
	2	酷斯拉（103,580,130）	5	6月19日
1999	1	神鬼傳奇（147,742,385）	1	7月2日
	2	星際大戰首部曲（101,180,075）	3	6月25日
2000	1	不可能的任務II（173,282,865）	1	6月17日
	2	驚天動地六十秒（84,749,460）	3	8月3日
2001	1	神鬼傳奇II（167,838,885）	1	6月15日
	2	珍珠港（98,166,375）	3	6月22日

而這種上片邏輯在2002年從《蜘蛛人》後開始有所變化。

2002	1	蜘蛛人（115,911,470）	4	5月3日
	2	關鍵報告（100,132,965）	5	6月28日
2003	1	駭客任務：重裝上陣（81,434,095）	2	5月15日
	2	海底總動員（71,915,310）	3	8月8日
2004	1	明天過後（181,709,540）	1	5月28日
	2	哈利波特：阿茲卡班的逃犯（134,575,100）	2	6月4日

2002暑期首名的第一強片《蜘蛛人》打破慣例，提前到五月上旬上演，自此以後，暑假大片紛紛採取與美國同步的方式提前上映，最大的原因，還是爲躲避「盜版」的困擾。

由於學制稍異，美加地區是從每年十二月中旬起放寒假，過完元旦後，約在元月中旬左右開學，故其放暑假的時間亦較台灣爲早，約在五月中旬左右。故美加電影強片的暑期首波攻勢，亦多在五月中旬前後。

近數年來受盜版影響損失最慘重的影片，當屬2003年春節的《007第20集：誰與爭鋒》，該片較美加地區整整晚了一個多月上片，票房慘遭盜版光碟的襲擊，創近數年來007系列的最低紀錄。

台灣的暑期上片規律不僅從2002年的《蜘蛛人》開始改變，超級強片幾乎都與美國本土的上片時間亦步亦趨。有時同一天上片，但因時差的關係，台灣的許多美國大片，甚至較美國本土還要早上半天上映，成了眞正的「全球首映」。雖說是拜盜版之賜造福觀眾，但畢竟不是光彩的事。

三、中外新片總數無顯著變化

2004年所上映之影片總數爲二百七十九部，其中外片二百二十八部，華語片五十一部。

外片二百二十八部中有六部片係重映之舊片，故新片實得二百二十二部。國片有一部重映片，故新片爲五十部，總計2004年中外新片共二百七十二部。

2004年的小型影展（見文末全年票房統計表），多爲回顧展重映的舊片，故總片數雖達七十三部，但僅有十八部是未上映過的新片，其它五十五部皆屬去年舊片，或剛下片的影片。

在十八部新片中，外片有十四部，華語片有四部。

總計全年共上映影片三百五十二部，外片二百九十七部，新片二百三十六部，舊片六十一部；華語片五十五部，新片五十四部，舊片一部。其簡表如下：

類別	新片	舊片	影展新片	影展舊片	新片合計	舊片合計	共計
外片	222	6	14	55	236	61	297
華語片	50	1	4	0	54	1	55
總計	272	7	18	55	290	62	352

2004年的華語片數五十五部與前三年相較，2003年爲五十八部、2002年爲四十七部、2001年爲五十六部，約略相似，變化不大。

外語片若只計新片爲二百三十六部，亦與前兩年相似，但較2001年的一百九十八部增加許多，若加計六十一部舊片，則總數增爲二百九十七部，明顯高過2003年的總數二百六十四部與2002年二百三十六部（詳見下節總表）。

四、近四年來票房最好的一年

2004年的中外影片票房，雖有四月份的短期衰退，但整體而言，是

2001年以來表現最好的一年。

外片市場的台北市總值爲2,308,518,470元，加計小型影展外片部分的2,445,760元，則爲2,310,964,230元。

華語片市場在台北市則創造出274,265,950元，近九年來最高票房的一年，加計小型影展中華語片部分的171,800元，總計爲274,437,750元。不過其中一部《功夫》就占去了一大半（149,565,090元／274,437,750元）。

下表爲自1995年至2004年台北所上映之中外影片及其票房的統計數字。可以清楚觀察到近十年電影市場的消長變化。唯1995年及1996年兩年的華語片票房，並非筆者所統計，只能參考片公會的統計數字，其餘則爲筆者陸續發表於每年年鑑中之數據。

年度	外片數	台北票房數	華語片數	台北票房數	總計
1995	218	2,192,376,900	154	370,959,803	2,563,336,703
1996	250	2,616,908,150	111	253,979,550	2,870,887,700
1997	258	3,146,098,840	117	149,483,310	3,295,582,150
1998	274	2,987,472,720	84	158,243,266	3,145,715,986
1999	260	2,507,473,160	101	58,401,575	2,565,874,735
2000	252	2,558,500,900	92	185,077,335	2,743,578,235
2001	198	2,178,971,200	56	105,765,640	2,284,737,140
2002	236	2,283,205,155	47	108,327,750	2,391,532,905
2003	264	1,855,481,324	58	147,427,244	2,002,908,513
2004	297	2,310,964,230	55	274,437,750	2,585,401,980

自上表即可清楚觀察到，華語片上片數自1995年後即急速向下滑落，意味著港產影片也步上台灣電影的後塵，趨向潰退。近兩年來的影片數及票房數，僅能維持十年前的1/3規模。

而外片市場自1997達到空前的三十一億元的高峰後，近數年也持續下降。1999年因台灣遭逢「921大地震」，較1998年急遽下降近六億。2000年後，台灣政治環境因政黨輪替而陷入不穩定，經濟條件也持續衰退，致使消費性支出銳減，這些都是客觀條件導致電影市場衰退的原因。2003年受SARS侵襲票房較前一年萎縮近四億，是近十年中電影業最黯淡的一年。

2004年電影市場的表現，在大環境未見提昇，台灣整體經濟並未明顯提昇的情形下，能有近二億票房數字的呈現，顯屬不易。

五、中外破億影片共五部

在2004年所上映的二百三十六部外片新片中，共有四部影片在台北市的票房破億元，除前述（第二節）的《明天過後》及《哈利波特：阿茲卡班的逃犯》外，尚有《蜘蛛人2》及《末代武士》。票房在兩千萬以上的影片共有二十九部，茲臚列如下（括弧內爲發行公司及出品國別）。但另有兩部華語影片《功夫》及《十面埋伏》亦達此標準，爲方便比較，故亦一併置入，並以框線區別——：

1.	明天過後	（福斯／美）	181,709,540	5/28
2.	功夫	（哥倫比亞／香港）	149,565,090	12/24
2.	哈利波特：阿茲卡班的逃犯	（華納／美）	134,575,100	6/4
3.	蜘蛛人2	（博偉／美）	133,451,210	6/30
4.	末代武士	（華納／美）	102,898,850	1/16
5.	超人特攻隊	（博偉／美）	96,623,335	11/5
6.	國家寶藏	（博偉／美）	96,452,030	12/17
7.	特洛伊：木馬屠城	（華納／美）	94,254,710	5/21
8.	機械公敵	（福斯／美）	85,567,500	7/30
9.	史瑞克2	（環球／美）	76,932,085	6/12
10.	凡赫辛	（環球／美）	71,128,910	5/6
11.	惡靈古堡2：啓示錄	（中藝／德）	49,900,200	9/17
12.	航站情緣	（環球／美）	42,299,280	9/3
13.	鯊魚黑幫	（環球／美）	41,646,555	10/8
14.	神鬼認證：神鬼疑雲	（環球／美）	40,796,150	8/20
15.	再見了，可魯	（前景／日）	40,663,025	11/12
16.	亞瑟王	（博偉／美）	38,163,615	7/23
17.	亞歷山大帝	（中藝／美）	38,059,135	11/26
18.	十面埋伏	（中藝／大陸）	35,536,075	7/16
18.	冷山	（博偉／美）	29,411,365	2/20
19.	受難記：最後的激情	（福斯／美）	29,173,460	3/26
20.	ＢＪ單身日記：男人禍水	（環球／美）	28,296,785	12/3
21.	北極特快車	（華納／美）	28,184,485	12/10
22.	記憶裂痕	（環球／美）	26,210,955	1/9
23.	蝴蝶效應	（中藝／美）	25,162,385	3/26
24.	落日殺神	（環球／美）	24,981,870	8/6
25.	異形戰場	（福斯／美）	23,745,955	8/27
26.	明日世界	（甲上／美）	23,700,180	10/1
27.	靈異拼圖	（博偉／美）	21,394,380	10/22

28. 鬼來電	（環球／日）	21,279,275	3/12
29. 機動殺人	（華納／美）	21,017,720	3/26

在上表二十九部賣座逾二千萬的外片中，日本片占了兩部：《再見了，可魯》、《鬼來電》；德國片一部：《惡靈古堡2：啓示錄》，其餘二十六部都是美國電影。

就發行商而言，除了「前景」與「甲上」兩公司各一部外，「中藝」公司的三部片因均由「福斯」代理發行，故二十九部影片中的二十七部都是由美商八大公司所發行。

六、美商營業額占總市值80.33％

美商公司在2004年的台北市電影市場總值中，仍占有絕對的比例，高達總市值的80.33%，而且也都涉及華語片的發行。筆者自2003年起，即將外片與華語片的市場「混爲一談」，乃爲方便自整體市場看出外片與華語片之間的消長關係，2004年仍然如此。

下表即爲2004年美商四大發行系統的台北市票房統計數字：

發行公司		外片	票房	華語片	票房	中外影片票房合計	總票房	占有率
UIP	環球	19	457,106,355	2	10,106,775	467,213,130	477,192,755	18.46%
	派拉蒙	4	9,979,625			9,979,625		
華納		13	445,235,980	1	6,544,740	451,780,720	451,780,720	17.47%
博偉	博偉	18	352,382,355			352,382,355	735,942,875	28.47%
	哥倫比亞	11	233,995,430	1	149,565,090	383,560,520		
福斯		16	400,690,550	1	11,260,900	411,951,450	411,951,450	15.93%
合計		81	1,899,390,295	5	177,477,505	2,076,867,780	2,076,867,800	80.33%
比例		27.27%	82.19%	9.09%	64.67%			

根據上表可以得知，美商公司在2004年中總共發行八十一部外片，占新舊外片總數二百九十七部中的27.27%，但市場占有率卻達八成以上（82.19%）。

美商發行的華語片僅得五部，占總數五十五部華語片一成不到（9.09%），但市場占有率卻超過六成（64.67%）。

總計美商公司所發行的八十六部中外影片占有全年台北市票房總數二十五億八千五百萬中的八成以上（80.33%），達二十億七千六百餘萬。

這個比例（80.33%）雖較上年的88.7%略低，乃是上年將中環公司交由福斯公司所代理發行的影片票房計入，今年則將「中藝」（即「中環」）單獨計算。如將「中藝」的222,452,365元業績加計入「福斯」業績中，則

美商公司整體市占率即達88.93%，與上年相當。

七、中藝成爲最大華商

「中藝」公司未計入美商福斯公司的業績中，其二億二千萬的收益，遂成爲美商以外國內最大的片商。其它發行商在2004年中，所發行影片的部數及業績，統計如下表：

發行公司		外片	票房	華語片	票房	總計
中藝		22	185,259,875	3	37,192,490	222,452,365
甲上	甲上	7	40,804,320	4	26,668,970	67,473,290
	朋馳	2	5,273,855	3	1,208,895	6,482,750
	邁拓			2	5,633,415	5,633,415
前景		7	41,480,085			41,480,085
群體		15	22,954,745	5	2,230,890	25,185,635
學者	學者	3	3,690,480			3,690,480
	紘濬	8	5,869,105	2	9,360	5,878,465
	永盛	2	8,920,310			8,920,310
龍祥		10	14,128,640	4	171,800	14,300,440
傑公		4	14,302,070			14,302,070
向洋		14	10,837,930	1	111,970	11,118,500
海鷗		9	9,096,415			9,096,415
全景				4	10,539,970	10,539,970
聯影		12	9,147,575			9,147,575
春暉	春暉	1	8,890			8,890
	銀彙	1	500			500
	大發	8	12,145,855			12,145,855
大來	大來	3	2,238,515	1	666,680	2,905,195
	華展	11	4,241,590			4,241,590
中影		2	325,780	3	2,403,305	2,729,935
先鋒		2	2,797,760			2,797,760
天際		1	1,248,670			1,248,670
三和				1	5,380,190	5,380,190
三視		1	580,960			580,960
三映				1	306,310	306,310
勝達		2	1,043,945	2	204,605	1,248,550
佳訊		6	4,049,255			4,049,255
富鐘		3	696,500			696,500

天際	1	1,248,670			1,248,670
稻田			1	607,125	607,125
延平			3	53,040	53,040
嘉禾	1	806,640			806,640
優士	1	1,966,980			1,966,980
里大	1	4,333,380			4,333,380
彭文淳			1	857,870	857,870
黑巨			1	1,050,600	1,050,600
金壘			1	29,630	29,630
新銳			1	51,030	51,030
活力			1	826,270	826,270
東擎			1	270,790	270,790
東韻			1	7,270	7,270
縱橫			1	322,165	322,165
國際			1	57,250	57,250

（註：以上影片部數及票房數，均計入小型影展的影片數及票房數）

在2004年美商以外的所有華商中，仍以股票上市的中環集團所支持的「中藝公司」爲榜首，總共發行中外影片二十五部，台北市營業額達二億二千餘萬。

香港商的「甲上公司」則以十一部片的六千七百餘萬居次。其他如學者、龍祥、春暉、群體、聯影、中影等公司，業績持平，並無特別值得稱道之處。

比較得一提的是「前景公司」，以一部《再見了，可魯》，創下四千餘萬的票房紀錄，成爲2004年中異軍突起的一部影片，甚至造成片中主角「導盲犬」風行一時的現象。

此外，曾經領一時風騷的「春暉公司」，在2002年底遭逢財務危機後，經過重整後，2004年共發行了十部影片，但其中八部都以「大發公司」的名義發行。

八、七千萬以上大片盡是美商天下

在2004年所上映的中外影片，並無2003年《魔戒三部曲：王者再臨》這樣超過二億元票房的超級大片，但票房超過一億的影片則有五部（包含一部華語影片）

僅將票房數字的分布情形以表格顯示於下，並將上一年的數字對照於後，俾便參考比較。

（單位：部）

票房統計	外片（%）		華語片（%）	
年度	2004	2003	2004	2003
二億以上		1（0.53 %）		
一億至二億	4（1.75 %）		1（1.96 %）	
九千萬至一億	3（1.32 %）			
八千萬至九千萬	1（0.44 %）	1（0.53 %）		
七千萬至八千萬	2（0.88 %）	1（0.53 %）		1（2 %）
六千萬至七千萬		5（2.66 %）		
五千萬至六千萬		2（1.06 %）		
四千萬至五千萬	5（2.19 %）	3（1.60 %）		
三千萬至四千萬	2（0.88 %）	5（2.66 %）	1（1.96 %）	
二千萬至三千萬	12（5.26 %）	8（4.26 %）		1（2 %）
一千萬至二千萬	20（8.77 %）	23（12.23 %）	2（3.92 %）	1（2 %）
九百萬至一千萬	3（1.32 %）	3（1.60 %）	1（1.96 %）	1（2 %）
八百萬至九百萬	2（0.88 %）	4（2.13 %）	2（3.92 %）	
七百萬至八百萬	8（3.51 %）	2（1.06 %）		
六百萬至七百萬	4（1.75 %）	6（3.19 %）	2（3.92 %）	
五百萬至六百萬	9（3.95 %）	4（2.13 %）	1（1.96 %）	
四百萬至五百萬	10（4.39 %）	5（2.66 %）	1（1.96 %）	
三百萬至四百萬	9（3.95 %）	6（3.19 %）		
二百萬至三百萬	9（3.95 %）	11（5.85 %）	1（1.96 %）	2（4 %）
一百萬至二百萬	25（10.96 %）	16（8.51 %）	6（11.76 %）	5（10 %）
五十萬至一百萬	25（10.96 %）	20（10.64 %）	7（13.73 %）	5（10 %）
十萬至五十萬	51（22.37 %）	28（14.89 %）	10（19.61 %）	15（30 %）
十萬以下至萬元	21（9.21 %）	31（16.49 %）	11（21.57 %）	9（18 %）
萬元以下	3（1.32 %）	3（1.60 %）	5（9.80 %）	10（20 %）
總計	228（100 %）	188（100 %）	51（100 %）	50（100 %）
（*以上部數未計入小型影展影片）				

在2004年中，賣座七千萬以上的影片，全是美商天下。賣座十萬元以下的影片，華語片不必說，都是華商包辦，外片的二十四部中，除了兩部是舊片重映外，其他二十二部中，華商占了二十部，美商僅得兩部。

從比例上而言，2004年的外片上片總數（二百二十八部），較2003年（一百八十八部）增加了15.32%，上億影片得四部，賣座十萬元以下的影片，只占10.53%，較上一年的18.09%下降許多；賣座十萬元以上、百萬元以下的影片共得七十六部，占33.33%，正好是全部影片的1/3，較2003年的四十八部25.53%的比例增加不少，明顯可以感受到影片平均賣座的提昇。

當然，2003年因受SARS影響，是電影近十年來市值最差的一年，以此爲基準，不具意義。但總的來說，全年二十五億八千餘萬的市值，也是近四年來最好的一年。

九、韓片片數躍居第二

近數年來，韓星、韓片、韓刻蔚爲「韓流」，沛然莫之能禦。

在2004年中，美國片雖仍占了總數（二百二十八部）一半以上的一百二十部（其中有四部係重映舊片），但韓國片已以二十八部躍居第二，高過法國的二十四部（其中有三部是小型影展片），也超過日本的二十部（其中一部舊片，兩部影展片）。

下表即爲2004年所有發行外片的出品國別。雖然有部分美國片中，可能屬英國或加拿大片，但因交由美商發行，故亦只能計入美國片中。

國別	部數	備註	國別	部數	備註
美	120	4部重映片	德	5	
韓	28		瑞典	2	
日	20	1部舊片、2部影展片	愛爾蘭	2	
英	3		義大利	6	2部小型影展片
法	24	3部小型影展片	波蘭	1	
印度	1		希臘	1	
紐西蘭	1		匈牙利	1	
俄	2		挪威	1	
荷蘭	1		比利時	3	
巴西	1	舊片	蒙古	1	
泰國	4		不丹	1	
阿富汗	1		伊朗	1	小型影展片
丹麥	4		匈牙利	1	小型影展片
阿根廷	1		澳大利亞	5	全係小型影展片

2004年所上映的影片中，有少見的蒙古片及不丹片各一部，算是十分稀奇。

韓國片雖以二十八部之多居次，超過日本的二十部，但日片的平均賣座及最高賣座均遠遠超越韓片，似乎又與「韓流」的強勢不太相襯。

韓片賣座最高的是美商博偉公司發行的《筆仙》（7,897,900元），其次是男主角裴勇俊曾來台宣傳的《醜聞》（4,364,335元）；其它尚有《我的野蠻女友2：蠻風再現》（3,278,555元）及《太極旗生死兄弟》（3,169,235元）、《鬼鏡》（2,745,910元）等。

總計二十八部韓片的總賣座值，只得33,502,525元，抵不上一部日片《再見了，可魯》的40,663,025元。

除了「可魯」這雙導盲犬出盡鋒頭外，日片第二名的《鬼來電》也有逾二千萬的票房（21,279,275元），其次是《在世界中心呼喚愛情》（8,705,270）、《名偵探柯南：銀翼的奇術師》（7,085,805元），日片的第三、四名與韓片的第一名，票房約略相當。

總計二十部日片的賣座，爲新台幣89,291,675元，是韓片總和的2.7倍。

十、卡通片多達十四部

在2004年所有上映的中外影片，還有幾個值得一提的現象。

一是卡通影片表現出眾，包括二部華語卡通，及十二部外語卡通。

二是續集電影特別多，而且是中外影片都多，總計華語片有六部，外語片則有二十部。

三是紀錄片不少，尤其是華語片中多達六部，而且都是台灣出品。

卡通片中，兩部華語卡通分別是中影公司攝製的《蝴蝶夢：梁山伯與祝英台》，及香港攝製的《麥兜菠蘿油王子》，可惜賣座均不佳。

十二外片卡通中，包括美國五部，日本五部，法國與韓國各一部。在票房表現上，當然是美國卡通一片亮麗。右表爲各卡通片的賣座狀況。

排前五名的美國卡通中，《超人特攻隊》與《熊的傳說》，皆爲「迪士尼」出品。「迪士尼」並宣稱《熊的傳說》爲該公司所拍2D卡通的最後一部，今後將不再製作2D卡通影片。

排名二、三的《史瑞克2》及《鯊魚黑幫》則爲「夢工廠」在1997年成立時，三巨頭中除了史蒂芬史匹柏外，另外一位便是由「迪士尼」跳槽過來的製片部總裁傑佛瑞．凱森伯格（Jeffrey Katzenberg）。而且「夢工廠」成立之初，便以「迪士尼」爲對象，意欲在卡通影片市場上，與之一較短長，故「夢工廠」的初期製片計畫中，一半以上的資金都用在卡通影片的

1. 超人特攻隊	美	96,623,335
2. 史瑞克 2	美	76,932,085
3. 黨魚黑幫	美	41,646,555
4. 北極特快車	美	28,184,485
5. 熊的傳說	美	18,572,790
6. 名偵探柯南：銀翼的奇術師	日	7,085,805
7. 佳麗村三姐妹	法	1,629,010
8. 蝴蝶夢：梁山伯與祝英台	台	1,523,715
9. 神奇寶貝超世代：七夜的許願星基拉奇	日	1,248,670
10.哆拉A夢：翼之勇者	日	1,227,645
11.攻殼機動隊 2	日	911,410
12.東京教父	日	654,655
13.麥兜菠蘿油王子	港	270,790
14.晴空戰士	韓	38,200

製作上。

《史瑞克2》雖然在台灣不敵《超人特攻隊》，但《史瑞克2》卻是2004年全美賣座冠軍，賣了四億六千五百萬美元；全球收益則達八億八千萬美元。其肇勢已嚴重撼動迪士尼卡通王國的地位。

綜計2004年十四部卡通影片的總收益，達二億七千六百餘萬（276,549,150）已占全年總收入的10.7%。

十一、續集電影有二十六部

卡通影片之外，續集影片之多，也創下近年來的新紀錄。

華語片有《金雞2》、《見鬼2》、《猴死囝仔2：那年暑假》、《千機變2：花都大戰》、《三更2》、《餃子：三更2之1》、《麥兜菠蘿油王子》。《三更2》及《餃子》應視爲一部，但《新警察故事》也可視爲《警察故事》的續作。續集影片共六部，占了華語片總數的十分之一。

外語片更多，包括《陰陽師2》、《人妖打排球2：鐵娘子》、《我老婆是老大2》、《史酷比2：怪獸偷跑》、《追殺比爾2：愛的大逃殺》、《哈利波特：阿茲卡班的逃犯》、《史瑞克2》、《哆啦A夢：翼之勇者》、《神奇寶見超世代：七夜的許願星基拉斯》、《哥吉拉東京S.O.S》、《蜘蛛人2》、《名偵探柯南：銀翼的奇術師》、《神鬼認證：神鬼疑雲》、《我的野蠻女友

2：蠻風再現》、《大蟒蛇：血蘭花》、《惡靈古堡2：啓示錄》、《赤色追緝令2：末日審判》、《麻雀變公主2：皇家有約》、《大法師：吸魂首部曲》、《BJ單身日記：男人禍水》等。

總計續集電影占了全年上映新片總數二百二十二部中的二十部，也近十分之一，與華語片相當。

此外，紀錄片也日漸受到重視。

2004年在正式上映的華語影片中，便有《跳舞時代》、《歌舞中國》、《生命》、《梅子的滋味》、《部落之音》、《天下第一家》等六部片。

其中《跳舞時代》因受到李前總統登輝的公開讚譽，賣座不惡。而吳乙峰的《生命》更因爲受到陳水扁總統的加持，而創下台灣紀錄片的賣座最高紀錄，達一千萬元以上。

外片雖僅有《麥胖報告》（一年內兩度上片）及《華氏911》兩部，且賣座均平平，唯《華氏911》因在坎城掄元，且因痛批美國總統布希而引起廣泛注目；《麥胖報告》則因對麥當勞等速食業有害健康的質疑，而被消費團體重視。

另外，創下日片最高賣座的《再見了，可魯》則是一部採紀錄片體的劇情片。

十二、台灣電影製片量略有增加

雖然2004年台灣所上映的華語影片總計只有五十五部，和2003年相當，但其中台灣本土所拍攝的影片占了二十三部，是近五年來最多的一年（見下表）：

	台灣	香港	大陸	新加坡	美國	總數
2004	23	24	8	0	1	55
2003	16	27	11	0	1	55
2002	16	28	2	1	0	47
2001	10	42	4	0	0	56
2000	19	58	11	1	0	89

前已言之，在二十三部台灣影片中有六部紀錄片，其中有四部《生命》、《梅子的滋味》、《部落之音》及《天下第一家》都是全景公司出品，皆未轉換爲影片拷貝放映，而是用DV-CAM的形式播映，嚴格而論，已不能歸類爲電影片。

在數位科技日新月異的今日，已不能完全用film來做爲認定是否是影

片的唯一標準，但以上四部影片，是絕不能認做是電影的，因此2004年實際生產的影片數應爲十九部，約略爲近五年的平均水準。

香港影片在台灣逐年遞減，一方面反映出香港影片的式微，另方面也明顯可見在加入WTO之後，台灣電影市場受到好萊塢電大舉入侵的具體影響。

在2004年元月三十日，中央電影公司的《蝴蝶夢：梁山伯與祝英台》下片後，直到二月十四日《飛躍情海》上片的兩個星期內，有近三十部的影片上片（其中絕大部分爲好萊塢電影），但卻沒有一部華語電影上映。一年中最重要的春節及寒假檔期卻沒有一部華語片上片，台灣的華語電影市場也就可見一斑。

在十九部台灣影片中，王毓雅導演的四部作品《飛躍情海》、《空手道少女》、《終極西門》、《浮生若夢》，均屬於現代都會小品，與王小棣導演的《擁抱大白熊》一般，較缺乏電影感，似乎更接近於電視劇；此外，朱延平導演公司所拍的四部片，除《猴死囡仔2》外，均屬於爲投資者東森電視所拍的電視電影。

此外，獲選金馬獎年度最佳台灣電影的《艷光四射歌舞團》，及中影公司2003年即拍竣，並報名金馬獎，2004年才上片的《台北二一》及《黑狗來了》等，整體感覺是台灣所拍的電影格局愈來愈小，視野愈來愈窄，觀眾當然也就愈來愈少了。

2004年的台灣影片，除了《生命》因獲陳總統加持，票房成績突出，以及《十七歲的天空》因爲拍得較爲精緻，又獲得同志們的捧場，賣座不俗，其它二十部影片的下片數字都是慘不忍睹，特別是投資較大的《五月之戀》、《心戀》，都是會讓投資者心灰意冷的。

十三、華納威秀再增兩個據點

就映演業的戲院而言，2004年變化不大，照業者的說法是：該倒的已經倒光了！

因此，2004年中所知全國僅有三家戲院停業：中壢「遠東」（93年6月）、桃園「遠東」（93年7月）以及台中市的「1+1」（確實停業日期不詳）。

全國新增的戲院有兩家，而且都集中在台北：天母忠誠路上的「華納威秀」與大直重劃區的「美麗華華納威秀」。

天母華納威秀是於四月三十日開幕，共有八個廳一千九百二十八個座位數。

比較值得一記的是大直美麗華華納威秀的十個廳中，九個廳是一般

IMAX放映系統的戲院，另有一廳是屬於DMR（Digital Re-mastering）特殊技術的映演廳。

這個廳的銀幕高二十四公尺、寬二十六公尺，超過八層樓高，但放映時不但不會因放大而不清楚，反而因銀幕變得更寬大而更具臨場感，且全場均無障礙及死角。

加上全場共四十四支喇叭及一萬二千瓦、七聲道的數位環繞音響，更讓觀眾有身歷其境，充分享受視聽之娛的觀影效果。

但問題是並非每一部影片都能在此放映，必須將三十五釐米的影片轉成七十釐米的特殊拷貝才能播出。但一支特殊拷貝需花二萬美金，以故只有少數超級大片，或特別強調聲光效果的影片才會做此考慮。

美麗華華納秀開幕後，使用特殊拷貝上映的第一部影片是華納公司的《北極特快車》。

華納威秀自一九九八年元月底，在台北信義計劃區成立第一家影城後，至此已成立九家影城，對台灣的映演業生態造成不小的衝激。

以台北爲例，華納威秀的信義影城，占有台北市整體票房的1/4以上，加上天母與大直兩個影城後，市場占有率已經超過35%。

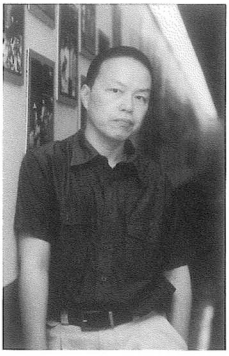
事實上，華納威秀雖然業績長紅，但由於租金太高，管理費用也驚人，所以營收雖高，支出也大，獲利並不如預期，這也是屢屢傳出易主消息的原因。

台北市區的另一家老戲院「日新戲院」，也在2004年三月易手，由從事建築的張松接手出任董事長，並由「欣欣晶華影城」的廖治德負責經營，將原兩廳（天一中）改爲四廳（一大三小），總座位數爲一千二百六十六位，並更名爲「日新旗艦店」，於五月底重新開幕，上映《明天過後》。

「日新」改建後最大的特色，乃是將大廳中央視野最佳區域規劃爲「旗艦特區」，採用沙發座椅，充分達到舒適觀影的樂趣。

林妍嫻

王小棣的「擁抱」力量



導演王小棣，無庸置疑，在二、三十年來的台灣電影電視圈影響深遠。

不過，相較於崇高而神祕的其他導演，王小棣卻如她的作品般平易近人，讓人沒有距離，與生俱來的幽默風趣，對「人」的題材興趣濃厚，最膾炙人口的便是九０年代初一系列《佳家福》、《全家福》、《母雞帶小鴨》、《納桑薇谷我的家》等精采的情境喜劇，伴隨當時許多五年級、六年級生成長，共同的甜美記憶。如今跨越到二十一世紀初，電視連續劇《大醫院小醫師》及《赴宴》，導演王小棣平實且情感豐富的風格，依舊不斷的影響時下七年級生，甚至更年輕的新一代……

2004年王小棣推出的《擁抱大白熊》，是繼七年前的動畫電影《魔法阿嬤》後，再度爲台灣兒童所拍的電影，結合動畫與眞人演出的電影作品，反映現代單親與雙薪家庭裡頭孩子在成長過程中無人陪伴的問題，探討都市小朋友世界裡的純眞與渴望。《擁抱大白熊》劇本，說的是即便父母提供充裕的物質生活，親子關係卻疏離的觀察，王小棣與老搭檔黃黎明深切感受身邊小孩的寂寞，渴求大人的關注，以「擁抱」爲題的電影，趙大軍（陳冠柏飾）父母離異且工作忙碌，平時只有胖表姐怡芬（洪顯瑄飾）照顧他，這兩個缺少父母關愛的孩子互看不對眼，卻相依爲命，大軍不想接受出國唸書的安排，憤而演出離家出走戲碼，終於引起大人們的關注尋找，怡芬也因此發現自己對表弟不捨的情誼。

影片生動逗趣的情節呈現現實生活，以王小棣擅長的孩童角度切入，藉由純眞、直接的角度描寫小市民小人物的故事。向來秉持「喜歡輕鬆、好笑的題材」創作理念，於早期的《稻草人》《香蕉天堂》（王童導演）劇本創作，便不難看出王小棣喜愛以通俗的方式貼近觀眾，她自己的導演作品《飛天》、《我的神經病》、《魔法阿媽》與《擁抱大白熊》，更看到她對各種「人」的好奇與關懷。

導演王小棣對「人」的熱情，同時也影響台灣影視工業環境，自創立民心影視公司到現在的稻田電影工作室以來，在創作上除了堅持品質外，對於新人也從不吝於提拔，親和又無私的態度培養了不少優秀影視工作者，在影壇上最令人津津樂道的便是培育了如蔡明亮、陳玉勳、林正盛、吳乙峰……等導演人才。此外，在挑選角色獨到的見解，也開發許多新演員成爲今日的偶像劇明星，如竇智孔、藍正龍、馬志翔、江祖平、周幼婷……等。

《擁抱大白熊》劇中兩名主角小朋友，亦是王小棣發掘的新星，陳冠柏飾演的趙大軍與導演合作《赴宴》，進而擔任大銀幕要角。另外飾演胖表姐的洪顯瑄，從未正式演出過，在導演的教戲功力調教之下，演活潑辣大姐的形象，更榮獲2004年金馬獎最佳新人獎，第一次演戲表現不俗。

王小棣毫無私心的提攜後進，令許許多多的電視電影工作者尊稱她爲「小棣老師」。這位打開眾多影人創作大門的推手，看到他們未發掘的潛力，提供源源不絕的創作空間，《母雞帶小鴨》的許傑輝，小棣老師鼓勵他嘗試劇本創作，奠定日後諧星的根基。在電影《我是神經病》安排白冰冰飾演少了乳房的寂寞女子，讓眾人發現綜藝界大姊大詮釋歷經滄傷有獨特的韻味。此次，多半扮演單身漢的汪建民，飾演《擁抱大白熊》大軍父親一角，充分演出未準備好當爸爸就當了爸爸的角色特質，令人眼睛一亮。

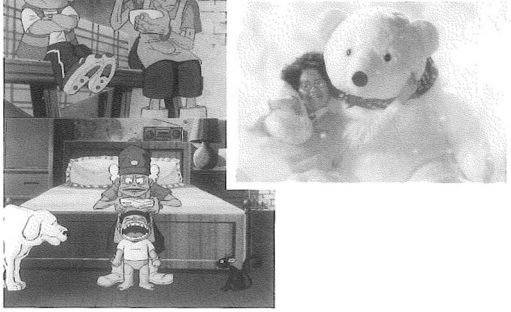
爲人率眞與爽朗的王小棣，對於創作有近乎完美的自我要求，感慨目前電視僵化的創作空間、粗製濫造的節目品質，不從俗的王小棣所幸有公共電視提供創作發聲的平

台。故此，作品富有他人少有的清新與誠懇，反映製作過程極度要求與考究的嚴謹態度，在王小棣導演《大醫院小醫師》的工作自述裡，提到爲了讓演員正確的演出醫生一行，要求演員用心學打針、學抽血、學巡房以及各種微不足道的小動作，反覆練習以呈現眞實的效果，而不是把醫生、醫院當作「背景」看待。

凡是與王小棣合作過的人，無不同意她拍片的用心、全力以赴的工作態度，對她而言，事情不分大小、不分身分高低，只要是團隊的任務，即便是現場搬運的小工雜事，小棣老師毫不介意，與工作夥伴沒有距離地處事態度，以及對影視創作的高度熱忱，感染無數與王小棣合作的理想青年，時至今日，王小棣所帶領的有熱度團隊仍源源不絕的誕生高品質的作品。

《擁抱大白熊》之後，導演王小棣回歸電視，《45度天空下》拍的是替代役男連家恩加入非洲醫療團，遠赴西非布吉納法索爲貧童奉獻的感人故事。取材自暢銷書「愛呆西非連家恩」，拍攝連家恩的故事，希望藉此帶領台灣觀眾一同探索台灣外交及農業、水利工程前輩們耕耘多年的非洲大陸，增進台灣對邦交國的了解。

《45度天空下》除了探討台灣外交上的成就，導演王小棣也秉持著對「人」本身的好奇，描述替代役男連家恩追尋自我理想的渴望與堅持，希望年輕人起而效法實現夢想。筆者執筆同時，王小棣連同演員林祐威、李佳穎、丁強，以及連家恩本人已前往西非布吉納法所拍攝，就讓我們期待小棣老師所帶領的團隊，熱忱的呈現又一個豐富的人生樣貌吧！

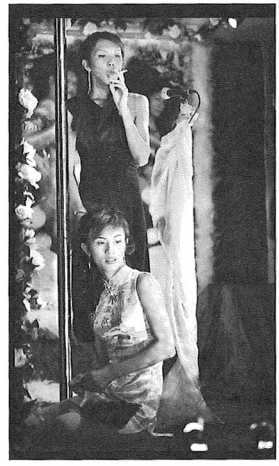


周美玲

艷光電影絮語

意外的金馬獎

2004年金馬獎頒獎典禮上公佈「年度最佳台灣電影獎」時，我們完全沒料到《豔光四射歌舞團》會拿下這個獎，因爲我們只留意著已入圍的那五個獎項能拿下幾個獎座，而完全忘了後面還有這麼個大獎；更何況，「我們只是剛起步而已……」；我覺得很不好意思，畢竟這只是我第一部劇情電影長片。



我們當玩耍一樣，入圍的造型師、扮裝皇后演員們、還有我，我們全都男穿女裝、女穿男裝起來，硬要在金馬獎這麼正式的場合上，模糊性別界線。表面上我們只是自得其樂，其實骨子裡我們在傳達一種態度，是延伸著電影《豔光四射歌舞團》裡的精神——俗豔的人生，有嚴肅的精神。

這是我從台灣文化的俗豔特質裡，學習到的最寶貴的智慧之一；而這層幽默與慧黠，又同時是繽紛多彩的同志文化裡的特色與精髓。《豔》片電影裡，將民俗元素與同志元素巧妙結合，發展出一場又熟悉、又魔幻的「豔光普渡」，表面上超渡的是亡魂，實際上超渡的是逝去的愛情、失落的人生……；這是台灣人的文化特性，總是透過最艷麗歡愉的形式，來傳達最沉重的生死課題。所以我們不再文謅謅地講悲傷，反而是在歡樂、詼諧、豔光四射的氣氛裡，述說死亡的情節；只是這層意思，不知能否被觀眾接收到？

在後台，一位素不相識的評審親切地前來握手，笑說：「關於『儀式』這題目，《豔》片發揮得眞好，又有文化深度，又有精采創意……」扮裝

中的我害羞到不行，只能傻笑，害艷麗的扮裝皇后們頻打我的頭說：「抱歉我們家導演呆頭呆腦。」評審團主席許鞍華導演也頻頻點頭：「原來豔光四射歌舞團就是你們啊，很好很好……」隔天見報，才看到評審團說《豔光四射歌舞團》的得獎理由是：「指出台灣電影新方向」。心裡覺得有點重了，但還是很高興電影試圖突破舊格局的創意有被看見。

擁抱俗豔與繽紛

我喜歡偷偷安身於歡鬧的喧譁中，一邊擁抱俗豔，一邊探索著最深邃的島嶼靈魂。深度的東西最好是隱藏的；通透的人性，最好是不用言語說破的；表面的庸脂俗粉常常帶給我安慰，而艷麗的人生總令我興奮，膚淺的言行底下，常常令人驚訝其詭秘的生命力。

在這部份的創作靈魂裡，我想拍的便是這種繽紛俗豔、魔幻人性的電影。而《豔光四射歌舞團》只是這條漫漫路上的起步，也只是一個窮哈哈的獨立製片而已。但它卻是一個奇異的、奢侈的夢想，足以令我們整個工作團隊著迷，而奮不顧身冒險於其中。

此外，在這趟電影逐夢的旅程中，我們也發現，我們已處在與前一個世代不同的靈魂狀態。對許多人來說，那令人景仰的「台灣新浪潮電影」時代，已成了過去的經典，撐起那時代的「人文寫實風格」，也已不再是我們的靈魂。特別是當大師們的藝術成已難以超越時，我們也不免自問，台灣電影還能有什麼高明突破？

《流離島影》的冒險

試圖有所突破的創作嘗試，早曾發生在2000年時的紀錄片領域，那時候台灣的紀錄片已成爲文化新顯學，但在紀錄片美學上，卻不見多樣的可能性；當時台灣紀錄片的主流價值是強調弱勢關懷、文化使命、道德精神的，美學上的發展相對貧乏，所以1999~2000年，我們有了「流離島影」的電影冒險。

那年夏天，我們十二個導演相約，決定把自己放逐到台灣周圍十二離島一年，大家約定，一年之後每人必須交出一部三十五釐米的電影短片。

「流離島影」一開始就擺明了「紀錄片是創作的一種形式」，它要你有哲學思維、有美學嘗試、有創作格局，此外，青年守則第一條還是：謝絕客觀報導。總之，一切歸零，重新決定自己、重新創造。

一年多過去之後，幸無人落跑、無人陣亡，在一群冒險創作心靈的努力下，「流離島影」電影系列終於完成，並呈現出十二種不同的紀錄片可能性。之後，這號稱台灣最長的電影短片，總長288分鐘，於2000年底被我

們推上了西門町的戲院播映，上映兩週。雖然最後票房仍非常有限，但在最低耗損下，我們仍算是痛快地留下了奇趣的一頁。

從這樣的脈絡可以看出，拍片除了像是一個夢境、一場冒險、一脈生命熱血……之外，我們更企圖透過拍片創作，以完成某種哲學格局上的意義。也是透過這樣的創作，我們探索人性的課題、追尋命運的奧秘，並試圖傳達我們創作生命中微弱的存在訊息。

《豔光》的跨界企圖

《豔光四射歌舞團》同樣也抱著這一種追尋；在發想之初，爲了讓影片能兼具台灣特色與同志文化，幾經思索與田調，終於發展出主角的職業背景——白天，他是個身披黃袍的道士；到了晚上，他搖身一變，卻成了一個美艷的扮裝皇后。

當他披上黃袍成爲一個道士時，他是一個「跨越生死」的引魂者的角色；但在夜裡，他戴上假髮、蹬上高跟鞋，卻是一個「跨越性別」的美艷扮裝皇后。

在跨越生死、跨越性別、跨越陰陽、跨越一切無意義的人爲區隔之後，那是永恆歸一之境地。所以扮裝團長張開雙臂說，「來來來，『豔光四射歌舞團』就要帶您進入永恆的天堂！！」自由歡樂的跨界氣氛，一如彩虹旗的繽紛燦爛。

這種多采多姿的同志色彩元素，在「豔光四射歌舞團」裡，特別被強調與發揮，在「扮裝皇后」這一題材上，更用這樣的繽紛色彩來襯托「跨界扮裝」的自由，象徵一個「無性別障礙」之美好國度。

但這樣的繽紛美好，放到整個社會大環境裡，卻是寂寞的；所以電影中最夢幻、最華麗的歌舞場景，都發生在寂寞的河面上，暗喻現實裡的理想是搖搖欲墜的、不安的。整個影片也刻意製造一種流動感，藉著花車的流浪狀態，暗示扮裝皇后或同志們，在傳統現實中不容易找到歸屬感的生命處境。

雖然不安、飄盪，整部影片還是散佈歡樂而奔放的氣氛，並經營豔麗而繽紛的顏色，畢竟生命雖有不如意，但終究是美好的。此外，更巧妙結合「扮裝皇后」歌舞，與葬儀中的「牽亡陣」歌舞互相呼應——最民俗的繽紛色彩、有最色彩繽紛的同志世界；而最傳統的行業裡，也有最背離傳統的愛情；只是這兩者，竟在愛人的身亡中交會了。

透過同志元素與民俗元素「既衝突又融合」的對比與呼應，我們展演了一部詠舞於生死交界的愛情影片，奇異而溫馨、荒誕卻眞摯——這是一部深具台灣文化特色的同志電影。

上帝的發笑

創作追求永恆，未來卻是無常；在接下來的創作裡，只能期盼仍有繼續冒險的勇氣。記得曾經一度，我們一夥創作夥伴又再度這樣瘋瘋癲癲發想起來：

「台灣人文寫實電影，過去了。」我們必須很抱歉地承認，觀眾是不可能滿足於單一類型的電影的；讓我們告別台灣新電影浪潮、暫別人文寫實風格，並以聯合創作開展一段耳目一新的新格局——

「台灣瘋浪潮」，將在「寫實」之外，至少讓五種「類型電影」成爲可能。粗擬五種類型如下：

1. 原住民武俠片、
2. 黑色喜劇片、
3. 愛情驚悚片、
4. 情色科幻片、
5. 魔幻寫實片...

（當然是暫定，想像中……）

但爲什麼是「類型」？爲什麼？

因爲電影需要提供「驚奇」與「想像空間」，而唯有「類型電影」，最足以讓想像力飛騰，以達到極致；就因爲想像可飆高到極致，所以堪稱「類型」！

在接下來十年的台灣電影風潮裡，「類型電影」將以突出的風格，與「寫實電影」的歷史形成對比；一個創新格局的台灣電影新視野，將在「瘋浪潮」中過癮展開！（上述內容敬請幽默以對……）

雖然活在夢想之中，我偶爾還是有現實感的；我完全明白，在電影創作的路上，我只是剛剛起步而已...偶爾必須說話，總覺得很不好意思，不像自己在心裡胡思亂想那麼奔放自在……。但，或許就像我們男扮女裝、女扮男裝出現在正式的金馬獎典禮上，我們的自得其樂其實不是純粹自娛而已，我們的白日夢與空想，也可能是有意義的...但如果我們不敢天馬行空地發想、不敢傻氣地付諸行動、不敢跨越束縛與自限，可能我們的一切思索，連上帝都會懶得發笑出來吧。

黃仁

2004年台灣影壇失去的精英

龔弘

開拓台灣電影六〇年代黃金時代的製片家龔弘，於2004年4月9日病逝紐約，享年90歲。

龔弘字偉岩，1915年12月9日出生於江蘇崇明，1931年入上海中學，漫畫無師自通，曾在林語堂主辦的「論語雜誌」發表漫畫，1933年考入南京中央政大學新聞部，1944年中央派龔弘赴印度加爾各答辦華文「印度日報」擔任社長，1950年任職香港一家出版社，次年全家遷台。

1963年3月25日，龔弘接任中影總經理職務，是責任總經理制，有權有責，必須揹負起發展台灣電影事業的責任。龔弘對台灣電影事業的第一項貢獻，就是帶動台灣電影邁入彩色時期，他拍的第一部片是完全自力拍攝彩色片《蚵女》，當時邵氏拍彩色片還要用日本攝影師，台製廠的第一部彩色片《吳鳳》的攝影班底也全是日本人。因此完全台灣技術的《蚵女》，出現第11屆亞洲影展時，日本影評人登川直樹大爲讚賞，力主應得最佳影片獎。

在龔弘之前，台灣電影在亞洲影展最多只能拿到配角獎，龔弘一出手，就以《蚵女》拿到最佳影片的第一大獎，不少人還懷疑《蚵女》是否眞的那麼好嗎？等到日本報紙讚揚，才肯定台灣電影確是進步驚人。

第15屆亞洲影展，龔弘再以《玉觀音》拿到亞展最佳影片獎，第16屆亞展，中影的《家在台北》又獲最佳女主角獎。

還有《我女若蘭》獲伊朗第一屆國際兒童電影節最佳演技特別獎，《貂蟬與呂布》獲比利時婦女影評會藝術獎。至於得金馬獎之多，不勝枚舉。

他一方面起用當時的新人李行、白景瑞、李嘉、丁善璽、廖祥雄、劉藝等擔任導演，這些新人後來都成了國片起飛的棟樑之才。他同時又培養

大批可作品牌商標的演員：唐寶雲、左艷容、歐威、王莫愁、柯俊雄、林雁、武家騏、王戎、李湘、江明、崔福生、陳莎莉等個個優秀。

龔弘在中影總經理任內，另一項重要貢獻，是開拓台灣電影的海外市場，首先以《啞女情深》等台灣文藝片，進軍香港，居然讓香港觀眾大爲讚賞，首映收入逾九十萬元港幣，是香港當時少見的盛況，龔弘對記者說《啞女情深》在香港受歡迎的程度，有如《梁山伯與祝英台》在台灣上映的盛況，有人看了十遍。由於中影影片在香港打下基礎，民營製片紛紛跟進，好幾部片都進入香港十大賣座行列。

龔弘又開闢星馬、美國、加拿大、菲律賓、越南、印尼、寮國、柬埔塞、帝汶等十個國片市場，平均收回投資成本的百分之六十強。

另有南美巴西電影的片商美聯公司，曾向中影購買《情關》、《青衫客》、《群星會》、《家在台北》、《落鷹峽》、《八仙過海》、《乾坤三決鬥》等片版權，在南美首次放映中國片。奠定中國片進軍世界市場的基礎。

最難得的是，龔弘在黃梅調、武俠片熱潮中創造出一條發揚本土文化的健康寫實路線，建立獨特的台灣品牌，突破中影政宣困境，又不斷的自我調整，創造健康綜藝路線，這在當時的電影圈是少有的自覺。一般人誤以爲中影拍片離不開政宣，其實除了以親情倫理、仁愛寬恕的健康寫實包裝農村進步的政外，龔弘拍過不少寓教於樂的親情倫理喜劇，很難嗅出政宣味，如《眞假千金》，再如他參加編劇的武俠片《情關》、追逐喜劇《無價之寶》、警世喜劇《小翠》、才子佳人劇《李娃》……，連寓「教」於「樂」的「教」，都淡到無形。當然以古證今的《還我河山》、俠義片《大地春雷》、《落鷹俠》，還是寓有國民黨的政宣意識，因娛樂性極高，觀眾並不計較。

龔弘有企業家的精明，藝術家的品味，最可貴的是有寬容的氣度，無論對朋友、部屬他都能站在對方立場著想。攝影師林贊庭最感激當年龔弘對他的寬待，當時白景瑞爲求個人發展離開中影，龔弘無法阻擋，心裡很不愉快。得知白景瑞替香港製片人吳源祥拍攝《再見阿郎》，要拉走中影的影師林贊庭，龔弘更不滿，在赴日本前，面告林贊庭不可跳槽，也不能請假拍《再見阿郎》，林贊庭當面應允。但龔弘從日本歸來，得知林贊庭已違背承諾到台南拍《再》片，非常生氣，立即叫人通知在台南的林贊庭回來見面。林放下工作，及時趕到總公司見龔弘，他看到龔弘拿著報告紙條，氣得手不停的發抖，但未發脾氣，只嚴詞質問：「爲何要騙我？」林坦承白景瑞是第一個提拔他的恩人。他未升爲攝影師前，沒有人要他，只有白景瑞對他說：「今後只要我白景瑞有戲導，攝影師就是你。」現在白景瑞有好機會，我不能背棄他，這是老總（龔弘）教我們應知恩感恩的做人原

則，老總赴日本前，命令我不能去，沒有讓我有申訴機會，不得已只好抗命。

龔弘立時氣消，通知人事室給林贊庭四十天假期。

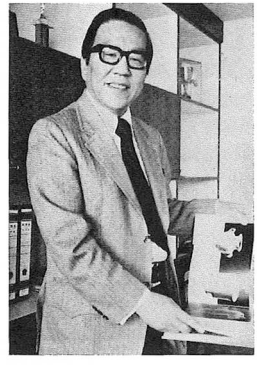
林贊庭稱讚龔弘是愛護部屬的好長官，任何時刻他都會爲部屬著想。也曾是龔弘部屬的導演廖祥雄也有類似經驗，當年他和中影簽約三年拍六部片，但是在合約僅過兩年時，台視公司邀廖祥雄出任節目部主任，當時台視是獨家生意，節目部主任是肥缺，他向龔老總報告，龔弘立即叫廖祥雄趕快去，機會不可錯過，中影未了合約沒關係。

作爲電影製片人，龔弘下過苦工研讀外國電影書刊充實自己，不但參加編劇，也重視導演、攝影及其他技術人才的培養。他爲提高攝影水準，特設攝影技術指導，每月在總經理的薪水項下，撥一萬元，作爲攝影指導經費，視攝影工作人員如子弟兵。

當年美工組的王童說：「龔弘時代的中影，負債累累，但龔弘對美工的工作非常考究，布景板、紙張等材料都不惜工本，從英國進口，要求最好效率，使工作人員士氣高昂，大家日以繼夜，忙得不亦樂乎，毫無怨言。」

曾任中影美術指導的羅慧明，進中影初期，龔弘就以公費送他到日本四大公司研習電影美術工作一年，才回到中影上班，他說龔弘對人才培養不遺餘力，當年技術組人員大多送到美國、日本深造後才回國參加實際作業。這樣做好主管的風範，是龔弘留給後輩影人最好的典範。

黃卓漢



做事極有魄力的全能製片家黃卓漢，於2004年10月8日在香港寓所逝世，享年85歲。

黃氏是1920年生於廣東潮州，大學畢業後到越南海防華僑中學教國文，日本佔領越南後，他回到桂林，擔任圖書戲劇審查員，認識同鄉蔡楚生，成爲好友，1944年到重慶總政治部當中校秘書，抗戰勝利，到南京益世報當記者，升到總編輯，派到廣州。1949年到香港，改行當戲院經理。

1952年組自由影業公司，拍《名女人別傳》時起用大學女生李湄當女主

角；同時安排紅線女投資秦劍導演的《慈母淚》，兩片都叫好又叫座，招考新人林翠演秦劍導演的《女兒心》。1956年到台灣，在台中拍《山地姑娘》，在北投拍《馬車伕之戀》。片中起用六位工作人員，後來都當導演。

1957年在香拍彩色片《龍女》成功後，到台灣拍彩色《甘蔗姑娘》，因拍糖廠時，未遮住牆上的反共抗俄標語，在南洋和香港地區都無法上映，剪掉部份畫面，劇情無法連接，賣座很差，賠了不少錢。黃卓漢爲還債，克難製片，自編自導自製，自己剪輯，熬了幾年，反而成爲全能製片家。

七〇年代黃卓漢再到台灣創設第一影業公司，拍武俠片和文藝片大賺錢，重振聲威，在台灣買戲院，自組院線，對台灣黃金時代的製片業貢獻很大，歸納起來有多項第一的記錄如下：

一、首創台灣新聞片《今日台灣》，送到港九戲院上映，造成空前賣座紀錄。

二、港台兩地的第一部35釐米全部彩色劇情長片《龍女》和《甘蔗姑娘》都是黃卓漢的自由公司出品。

三、支持白景瑞到義大利、瑞士等地攝製三部文藝片《人在天涯》、《異鄉夢》、《留學生》，自黃卓漢之後，無第二人有此大手筆。

四、支持胡金銓到韓國拍攝兩年才完成的《山中傳奇》，首創運用中國國畫和國樂藝術發揮中國片特有的影像藝術，作精緻的音畫、影畫發揮。

五、開闢美加中國片院線，將台灣影片推展到美加市場達十年之久，賠了百萬美元而無怨尤。

六、在美加地區的租戲院的華聲院線，美國計紐約、舊金山、洛杉磯、休士頓四處，加拿大則多倫多、溫哥華二處，以二年時間全線組成，紐約華聲戲院領導全線，開幕上映中製廠出品《古寧頭大捷》，由林青霞、秦祥林剪綵，盛況空前，爲六〇年代台灣影片在美加最轟動的一部，使國片美加地區有上映出路，對華僑熱愛祖國之向心力，極具效果。1978年至87年共十年，上映國片計四百部。

七、與大陸搶拍《國父傳》時，有明知不可爲而爲之的精神，不惜肩負巨債完成，表現了一個中國知識份子對國家、對歷史的執著。該片動員明星三十位，軍方支援軍隊及臨時演員共五千人次、服裝三千餘套，大小道具近萬，經三個月拍攝完成，榮獲國民黨蔣主席頒發華夏二等獎章，國民大會秘書長、立法院院長、教育部長、中國歷史學會理事長、新聞局長等頒給獎章獎狀等多項榮譽。

八、十年間捧紅動作片明星王羽、上官靈鳳、陳星、金剛等，文藝片捧紅張美瑤、甄珍、鄧光榮、林青霞、秦祥林等，合作導演有岳楓、易文、胡金銓、李翰祥、白景瑞、丁善璽、程剛、宋存壽、劉家昌、蔡

揚名、楊甦、屠光啓、王羽、楚原、姚鳳磐、袁和平、朱延平、金鰲勳、張永祥、林清介、邱銘誠、李作楠、王銘燦、張同祖、秦劍、莫康時、李應元等與台灣國片電影從業人員，合作工作者達二千人以上。其中《梅花》得金馬獎最佳劇情片等五項大獎，《女朋友》獲得優等劇情片，《山中傳奇》獲得優等劇情片等六項大獎。

九、投資白景瑞帶領台灣演職員在北京、長春等地拍攝第一部台灣影人在大陸製作之影片《嫁到宮裡的男人》，李浩在泰國拍攝《紅旗軍妓》，關錦鵬在大陸及法國拍攝《紅玫瑰與白玫瑰》等三部影片。第三十屆金馬獎大會，由行政院長連戰代表大會頒發「終身成就獎」一座。

還有一點，是黃卓漢對待友人和部屬的寬厚作風，非財力比他多幾倍至十幾倍的鄒文懷和邵逸夫所能相比。與黃卓漢合作過，受過他恩惠的導演丁善璽、白景瑞、張永祥等等，幾乎把黃卓漢當成活菩薩，尤其丁善璽太太生產時，劇本未寫，又是第一次見面，居然立即付清劇本費。即在黃氏退休後，遇友人或者部屬生活有困難，只要黃氏能力所及，從不吝惜資助，在講究現實的電影界，黃卓漢樹立了十分難得的好榜樣。

黃卓漢曾將從影四十年的點點滴滴，寫成回憶錄「電影人生」，該書最大的特色是「隱惡揚善」。四十年來，黃卓漢知道電影界的醜聞太多，固然不願揭人隱私，這些年影界人士對他的虧欠更是一大堆，現在事過境遷，更不願再提，這正符合陳立夫先生對他的贈言：「從善如登，從惡如崩，固善宜揚，惡宜隱也。」這也是黃卓漢先生做人成功的特色。

姚鳳磐

姚鳳磐（1932年8月10日生），2004年6月26日病逝台北。安徽壽縣人，曾擔任過中華日報記者，聯合報記者，徵信新聞報主筆兼廣播編劇及舞台劇，曾任國聯公司基本編劇，1969年升任導演，與能幹妻子劉冠君合組鳳冠影業公司拍片，在劉冠君的求新求變主持下，拍鬼片成績優異。1976年姚鳳磐獲中華學術院聘爲院士。

編劇作品：(1962)《白雲故鄉》、《街頭巷尾》、(1965)《天之驕女》、《辛十四娘》、《破曉時分》、《幾度夕陽紅》、《塔裡的女人》、《鳳陽花鼓》、《素蘭姐要出嫁》、《八十八號情報員》等。

導演作品：(1969)《玻璃眼球》、《雪娘》、《孟姜女》；(1970)《苦情花》、《弱者是男人》、《怒人尋仇記》、《春宵花弄月》；(1971)《怒山驚魂》、《眞假太太》、《天渠》（紀錄片）；(1972)《唐山五兄弟》；(1974)《熊心豹膽》、《風流十八址》、《赤手空拳》、《秋燈夜雨》；(1975)《寒夜青燈》、《藍橋月冷》、《洞房花燭夜》；(1976)《落葉飄飄》、《鬼

嫁》、《子夜歌》；(1977)《天門陣》、《夜晚空樓》、《殘燈幽靈三更天》、《又是起風時》、《滿山花開一片情》、《殘月陰風吹古樓》、《荒園草夢》；(1978)《血夜花》、《天涯未歸人》、《月牙兒》；(1979)《古厝夜雨》、《索命三娘》、《負心的人》；(1980)《家變》、《阿西與阿花》、《風流人物》、《玄機》、《討厭鬼》、《三八阿花嚇死鬼》；(1981)《冤魂不散》、《鬼屋禁地》、《死亡別墅》；(1982)《黑珍珠》、《九彎十八轉》；(1983)《半夜人》。

五〇年代姚鳳磐是台灣影劇記者中的才子，在當影劇記者期間，就會寫廣播劇和舞台劇，1963年初寫電影劇本《街頭巷尾》，是李行導演的成名作，至今仍有人認爲是李行導演生涯中最好的作品，也是台灣第一部健康寫實電影。當年金馬獎評審最佳劇本時，以姚鳳磐的《街頭巷尾》評分最高，有一位評審卻說該給香港的《爲誰辛苦爲誰忙》是岳楓化名葛瑞芬的編劇，當時姚鳳磐和李行都還沒有名，沒有人替該片爭取，事後才發覺《爲誰辛苦爲誰忙》竟是日本片《母》的翻版，根本沒有創意，有評審爲姚鳳磐抱不平，可惜已是馬後炮！李行最得意的《秋決》，最初劇本也是出自姚鳳磐手筆。

姚鳳磐在武俠片的熱潮中，獨樹一幟拍鬼片，並非僅僅嚇人而已，也曾透過鬼魂的人性化，諷刺現實，予人警惕，其中取材於聊齋的《秋燈夜雨》，著重親情的表現，建立中國鬼片的特色，台港兩地叫好又叫座，掀起拍聊齋熱潮。

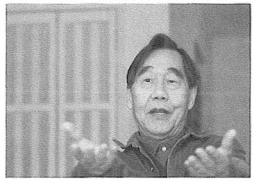
姚鳳磐得過記者公會獎，文藝協會電影評論獎，當選過十大傑出青年。寫過不少傑出電影劇本，可是不但《街頭巷尾》的編劇獎落空。至今仍被影評人認爲六〇年代的最佳片《破曉時分》的編劇，居然又被當年評審認爲寫官場太黑暗而未入圍。這是金馬獎當年的笑話。

姚鳳磐改編瓊瑤小說的《幾度夕陽紅》，該是瓊瑤電影中的最佳傑作，金馬獎仍擦身而過。不過姚鳳磐最氣餒的是他傾全力拍製的抗日電影《天涯未歸人》，寫日據時期台灣青年被日本人騙去南洋當砲灰，光復後家人望斷天涯夢魂飛，是現實抗日的好題材，以爲重視主題的金馬獎總會給他一個安慰獎，結果連提名都落空，票房又失利，眞是賠了夫人又折兵。

姚鳳磐一生傲骨，生前未求助過他人，成植物人也婉謝別人的憐憫。他爲台灣電影奮鬥一生，沾不到肯定台灣影人的金馬獎一點邊，如今姚鳳磐已逝世，金馬獎紀念逝世影人的節目，居然又漏了姚鳳磐！

劉芳剛

繼白景瑞後，留學義大利電影實驗中心的台灣導演劉芳剛，於2004年



11月3日病逝加拿大溫哥華，享年76歲。

劉芳剛湖南攸縣人，1928年8月22日出生，1954年台灣師範大學史地系畢業後，再讀政治大學研究所畢業，劉芳剛在師大期間，與李行、白景瑞是同學，走出校園，劉芳剛於1958年起任新生報影劇記者多年。1963年白景瑞從義大利返國後，1965年推荐劉芳剛去羅馬義大利實驗中心深造，1969年結業，即受聘義大利一家電視公司工作，中影總經理龔弘安排他返國，卻不肯進中影，而進香港國泰公司，編導第一部片《家有賢妻》叫好叫座，導演成績比美白景瑞有過之，同年與無線黃淑儀結婚，1970年導《恭喜發財》，國泰公司結束。1971年替邵氏導《香港過客》，只導一半即解約，同年加入香港無線電視擔任編導及監製，1974年再導關家倩和柯俊雄主演的電影《不再有春天》，評價也很高。當年金馬獎停辦一年，無緣參加。後轉任無線藝員訓練班主任，培養出劉德華、劉嘉玲、梁朝偉等大明星及關錦鵬、張之亮、王家衛等大導演。香港影視名人對他都很感激，是他一生最大成就。

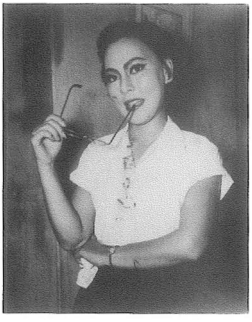
1978年婚變，劉芳剛親自撫養一兒一女長大。香港九七前兒女隨母親移民加拿大。劉芳剛應台視之邀返台定居，改變台視訓練演藝人員觀念，曾擔任中視顧問，又替中華民國電影導演協會主持電影編導人員訓練班多年，2004年3月，劉芳剛在加拿大的女兒來台接他去同住，兒女對他都很孝順。

劉芳剛比起李行和白景瑞兩位同學，在讀書方面，他最用功，在台灣唸了研究所，在羅馬電影中心唸了三年，比白景瑞多一年。如果當年他肯進中影，同學之間互助照顧，導演方面的成就必然更高。劉芳剛雖有滿腹才華錯失良機，是劉芳剛此生最大遺憾！幸好他替香港培養了大明星、大導演，也是他另一種傑作。

張茜西

五〇年代台灣著名影星、製片人、演出人張茜西，於2004年5月14日因心臟病發，病逝香港，享年76歲。

張茜西四川人，11歲起就在舞台演出話劇，出身抗戰時期後方著名的孩子劇團。1949與夫藍天虹隨同鄉張英導演來台拍《阿里山風雲》，因演電影《阿里山風雲》並主唱《高山青》等歌曲成名。除演過許多著名話劇外，演過的電影還有：《黛綠年華》、《白雲故鄉》、《八十八號情報員》、《萬家燈火》等片。其中《白雲故鄉》，她是製片人和監製人，提拔趙振秋



導演、姚鳳磐編劇、陳方等演出，曾獲陳香梅資助在華盛頓公映。不過張茜西在台灣最風光的年代，是六〇年代領導劇團在台北新南陽劇場演出古裝大戲《清宮怨》及《香島夢》等，都是連滿一個多月，轟動一時，在紅樓劇場也有許多佳績，養活很多劇人。

七〇年代，張茜西移居香港，北京給予四川政協委員職位。她的兒子張麒，是邵氏攝影師，離邵氏後升爲導演，曾來台合作拍片，也曾赴韓國拍片，娶了韓國太太，十年前張麒病逝。

張茜西夫婿藍天虹是當年電影名小生，已離婚多年。

電影年鑑. 中華民國九十三年 = Taiwan cinema yearbook. 2005 /
周蓓姬總編輯. --第一版.-- 臺北市：新聞局, 民94
面; 公分
參考書目：面
含索引
ISBN 986-00-2024-8（平裝附光碟片）

1. 電影－年鑑

987.058 94018133

中華民國九十四年電影年鑑
Taiwan Cinema Yearbook 2005

發行人：姚文智
總編輯：周蓓姬
編輯委員會：李天礎、李道明、林一芳、林世堃、梁海強、游惠貞、彭友聖、張惠美、張靚蓓、葉如芬、楊順清、劉進興、盧悅珠、顏士凱
編輯工作小組：陳俊哲、張裕然、潘舜、田又安、游振國、羅樹南、黃金濠、高肖梅
主　編：梁良
責任編輯：林盈志、唐明珠
美術編輯：觀點設計
資料整理：蔡宛達、王美齡
程式設計：林東弘

出版：行政院新聞局
地址：100台北市中正區天津街二號
電話：(02) 3356-7868
網址：http://info.gio.gov.tw
承辦：財團法人國家電影資料館
地址：100台北市中正區青島東路七號四樓
電話：(02) 2392-4243
傳真：(02) 2392-6359
E-mail：ctfa@mail.org.tw
網址：www.ctfa.org.tw

印刷：博創印藝文化事業有限公司
登記證：局版台業字第2995號
地址：台北縣中和市中山路三段110號9樓之3
版次：第一版第一刷D1中華民國九十四年九月
編號：GIO-CH-BO-94-050-I-1
GPN：1009402649
ISBN：986-00-2024-8
定價：新台幣四百元
展售處：光華畫報雜誌社／國家書坊台視總店 ／五南文化廣場
電話：(02) 2392-2256 ／(02)2578-1515轉643／(04)2226-0330