



國家出力 南韓影業大崛起

2010-05-01 記者 陳怡 報導



韓流入侵台灣一波再接一波，送走引領〈Nobody〉風潮的女子偶像團體Wonder Girls，還有播不完的最近韓劇，而近日由Catchplay引進的「韓流巨星影展」則帶給韓迷另一種選擇，一網打盡觀影人次突破六百萬的《田禹治：超時空爭霸》、榮獲青龍獎和大鐘獎肯定的《B咖大翻身》和在台灣人氣高漲的熟男車勝元新片《迷情密碼》等票房強片，讓喜愛南韓電影的觀眾朋友大飽眼福。



「韓流巨星影展」於台北新光影城舉行，為期16天。（攝影／陳怡）

4月22日開始起跑的「韓流巨星影展」包含了16部類型各異的南韓本土電影，不但題材橫跨動作、科幻、浪漫、懸疑及溫馨小品，且幾乎部部請來一線影星擔綱主演，處理浩大場面、特效場景時更是絲毫不見怠慢，呈現出來的質感和娛樂性受到不少台灣觀眾的肯定；觀眾的好評更直接反映到票房上，《B咖大翻身》光是導演版就一天播映三場，還將在5月5日、6日安可加演，展現絕佳票房魅力，這對過去缺乏代理商引入韓片的台灣市場來說，亦無非是一大震撼。

事實上，電影一直都是南韓娛樂圈中具指標性意義的領頭產業，在金泳三與金大中兩位前總統的規劃下，南韓電影產業更靠著國家資源的協助及市場保護政策的施行，逐步爬上今日亞洲龍頭的位置，無論技術、創意及電影的生產量，都達到了相當高的水準

「文化就是國力」 政府立法為產業加值

「如果迪士尼一年的營業額就能跟IBM旗鼓相當，那為何不全力發展影視工業？而且，影視工業也比較不會造成環境污染。」南韓前總統金泳三的名言，直接點出影視工業的發展潛力不輸科技工業，確立了南韓在3C產業蓬勃發展的同時，另一重點培養的目標；一九九八年以「文化就是國力」做為立國思想的金大中上任總統，更特別指出好萊塢電影《侏羅紀公園》全球八億五千萬的營收利益足以抵過韓國一百五十萬輛汽車的出口收入，肯定電影產業的吸金能力，而將電影工業放在發展文創產業的第一線，南韓電影的黃金歲月於焉開始。

一般來說，南韓政府發展電影工業的重點階段有立法鼓勵、重組韓國電影振興委員會（KOFIC）和螢幕配額保護制度三項，輔以舉辦國際影展交流、嚴查盜版的措施。這些政策的源頭，必須追溯到1998年，韓國文化部改組為文化觀光部門，直屬於國務總理之下，職管包含文化產業政策、版權法規、電影、錄影與遊戲事務及文化內容推廣等項目，隨後推動的《文化產業振興基本法》，將文化產業的範疇加以定義，並以加強韓國影視產業的市場佔有率為目標，強調政府將扶植民間企業對於文化創意產業的建設，是南韓文創產業發展史中最具綱領性的指導法規。

而在實體機關方面，同樣於1999年成立的KOFIC是南韓電影發展的另一個重要關鍵，其官方網

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

站開宗明義的指出KOFIC的成立目標是：經由資金援助、研究、政策制定、教育和專業培訓，刺激電影產業的成長，並透過電影交流將文化推廣到國際市場。會中由文化觀光部指定的主席及8位委員擁有審訂電影輔導金的權力，即使是商業電影也可透過KOFIC無息或低利率融資取得拍攝資金，從經濟上直接支持了電影創作者；另外KOFIC更砸下重金蓋設規模和技術都在亞洲數一數二的首爾綜合影城，提供給南韓的影視工業使用，描述南北韓複雜關係的《共同警備區》就是在此搭景完成拍攝。

受到大力培植的南韓電影產業成長速度確實快速，在第三屆中日韓三國文化內容產業研討會中，南韓文化觀光部司長朴偉振即曾換算2003年出品的《實尾島風雲》票房及邊際效應加值收入：「等於我們賣出3,620輛中型房車的總和。」也證明了電影工業確實在為南韓創造可觀的收益。



《實尾島風雲》票房突破千萬，周邊效益更是驚人。
(圖片來源／維基百科)

保護市場 每家戲院都要播韓國片

除了獎勵片商拍攝電影之外，另外一個南韓發展電影工業的關鍵在於從觀眾下手，為鼓勵民眾進戲院看國產電影而頒布的，帶有鎖國色彩的「配額保護制」，也一直是討論南韓電影的重要議題。

不同於台灣電影院被清一色好萊塢強片占領，國片往往只有短暫曝光時間的狀況，南韓政府早期對於外國電影採取進口配額的管理方式，限制外片進口數量不能超過國片上映量的1/3，很大程度的限定了觀眾的口味；然而隨後這項法規因遭到美國的強烈抗議而協商廢止，對外片的開放讓韓國電影產業的發展面臨了一段停滯時期，直到1993年登場的銀幕配額制度實行，明令要求境內所有電影院的每一個廳，每年至少需有106~146天播放國片（2006年修訂為1年73天），以確實保障國產電影的公開放映空間。

然銀幕配額制度的推動雖可維持觀眾對國產電影的熟悉度，刺激南韓人民普遍強烈的愛國意識，確有大幅加強觀眾消費國產電影意願之效，但卻引來了破壞自由市場的疑慮，不只是消費者的選擇受到國家政策的限制，也有表演業者發出不平之鳴，認為電影院有權播放能帶來最大收益的電影，但國片卻未必能帶來期望中的票房收入；此外也有學者認為南韓電影的興盛來自於隨品質提升而增進的市場競爭力，不需政府的特意保護也可和外片競爭，而反對銀幕配額制度的情形，但儘管爭議不斷，一般還是認為配額制度對南韓電影產業在國內的地位，起了鞏固的效用。

還要走向全球！值得借鏡的南韓經驗

當然，救國片票房不是只靠政府的努力，談到市場競爭力，南韓電影產業由於在資金上的壓力相對較小，近年來也積極嘗試各類新穎題材，並且向好萊塢的技術看齊，去年票房有亮眼表現的《田禹治：超時空爭霸》便是結合道士奇幻題材和電腦特效完成，於韓流影展期間在台上映亦人氣不低；而在韓國影人次僅次於影史冠軍《阿凡達》的《駭人怪物》集親情與驚悚元素於一身，又帶黑色幽默的內容也廣受各地觀眾的肯定，加上韓劇和韓片中共有的外放演技表現，南韓電影已經創造出自己獨有的質感，包括《我的野蠻女友》、《王的男人》、《腦海中的橡皮擦》等片，也都在海外取得不錯的票房表現。

而且，南韓電影向外發展的觸角還不只如此，韓片《觸不到的戀人》被好萊塢買下版權翻拍為《穿越時空的情書》的例子，除了可以看見好萊塢對南韓電影創意得肯定，也揭示了南韓電影做為文化創意產業向外滲透的另外一種可能，成為南韓電影工業走上全球舞台的重要一步。



台灣觀眾熟悉的《穿越時空的情書》乃翻拍自韓片《觸不到的戀人》。
(圖片來源/說故事的人部落格)

目前，南韓電影的起飛已經成為許多亞洲國家的借鏡，如今年1月7日在台灣推行的《文化创意產業發展法》就期以政府力量輔導投資文創產業，台北市政府對國片《艋舺》拍攝的傾力贊助，亦頗有吸取南韓電影產業發展經驗的意味；在韓流大舉席捲亞洲的今日，到底是已經相對成熟的南韓電影工業能維持榮景，或是會有循南韓軌跡的其他後起之秀出現，十分值得期待。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP