

國立交通大學

傳播研究所

碩士論文

跨國製作對台灣電影製作影響之探討：
以《雙瞳》為例

**An Examination on International Co-production in Taiwanese Film
Production: A Case Study on “Double Vision”**



研究生：郭東益

指導教授：魏 玗 博士
郭良文 博士

中華民國九十四年七月

跨國製作對台灣電影製作影響之探討：
以《雙瞳》為例

An Examination on International Co-production in Taiwanese Film
Production: A Case Study on “Double Vision”

研究生：	郭東益	Student:	Tong-Yi Kuo
指導教授：	魏 玀 博士	Advisors:	Ti Wei Ph.D
	郭良文 博士		Liang-Wen Kuo Ph.D

國立交通大學
傳播研究所
碩士論文



Submitted to Institute of Communication Studies
National Chiao Tung University
in Partial Fulfillment of Requirements
for the Degree of
Master of Arts
in
Communication Studies
July, 2005
Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國九十四年七月

跨國製作對台灣電影製作影響之探討： 以《雙瞳》為例

研究生：郭東益

指導教授：魏 玠 博士
郭良文 博士

國立交通大學傳播研究所碩士班

【中文摘要】

2002年由哥倫比亞亞洲製作出品的《雙瞳》在當年度台灣華語影片市場表現突出，這部台灣主導製作的驚悚影片儼然有著國際電影的格局。相對於近年來台灣電影在市場被邊緣化的頹圯現狀，延續著《臥虎藏龍》以降華語影片合製走向的《雙瞳》具有的討論價值將不只在影片的質素與包裝，更涉及了製作產業跨越國界的相關課題。本研究便將分析焦點放在《雙瞳》在內容上的商業性設計意識以及製作架構上的制度衝擊。

本研究採取政治經濟取向來檢視全球化的結構性基礎，與時空劇變下的流動特質造就的全球空間化氛圍中，文化內涵如何產生商品化的質變，並呈現全球流通的現勢，進一步採用電影產製的全球文化勞動分工與全球電影市場的階層觀點。將這個論點解讀《雙瞳》的製作，顯示了今日跨國影片的商業性與好萊塢製作特性息息相關，影響的層面不再只是西方觀點的全盤移植，而是對於更多文化元素的尋求，但是商業的市場考量多先於電影的文化再現功能。舉凡驚悚類型、通俗性、高概念的意識貫徹，乃至製作制度的移植、選擇與執行準則，在這部商業影片的製作中都比在地文化的呈現、產業的能耐展現來得更明顯而全面。

在有關《雙瞳》的個案分析裡，本研究初步整理出了今日著重影片質素與商業能力的跨國取向電影製作所採取的「可攜性」原則，其包含了產品特出性與大眾性的兼顧，更抓緊了制度層面的充分支持。「可攜性」除了代表著產品的參考準則，更是跨國（或是大型）資本製作在做區域選擇時的競爭性條件，其帶來的製作方針與模式趨力以及權力關係，將是台灣電影製作產業在這個新世紀所面對的重大課題。

關鍵詞：全球化、文化勞動新國際分工、全球電影市場體系、電影工業、跨國合製、高概念、台灣電影、雙瞳。

An Examination on International Co-production in Taiwanese Film Production: A Case Study on “Double Vision”

Student: Tong-Yi Kuo

Advisors :
Dr. Ti Wei
Dr. Liang-Wen Kuo

Institute of Communication Studies
National Chiao Tung University

Summary

The mystery thriller “Double Vision”, presented by Columbia Pictures Film Production Asia(CPFPA), released in 2002, reaching a very outstanding box office in Taiwan Film Market. This International scale Production is a continuance of CPFPA’s “Crouching Tiger, Hidden Dragon”, and also a initialization for New model of Film production in Taiwan, This Commodificational influence in on the cultural, and also institutional, and this is what this article tries to examine.

This Article uses the Political Economy approach, clarifying the Structuration, Spatialization, and Commodification aspects of Cultural Globalization, supporting with the discourse of New International Division of Cultural Labour(NICL) and Global Film Market System. When applying these aspects in the case of “Double Vision”, it shows the close connection between transnational film productions and the properties of Hollywood. It means not only the reuse of Western cultural viewpoint, but also the mixture of cultural elements, and furthermore, the same emphasis of seeking commercial success, rather than cultural representation of a film.

Through the case study of “Double Vision”, this article summarize with the existence of “portability” in high quality international film co-production. The portability calls for the coexist of cultural characteristic and popularity, and also the support of specific effective institution of production. The portability is about the issue of production and competitive criterions, also the power relationship, these surely are the major challenges of Taiwan film production in the 21st century.

Keyword: Globalization, New International Division of Cultural Labour(NICL), Global Film Market System, Film Industry, International Co-production, High Concept, Taiwan Cinema, Double Vision (Shuang ton).

這本論文的作者郭同學在長期與他不太欣賞的《雙瞳》周旋許久之後，現在完全沒有力氣說出他一直想說的謝詞，所以在這裡就暫交給我來發揮，我決定簡單說一下郭同學在這三年期間的遭遇。

故事是這樣的。

這篇文章完成的三年前，郭同學來到了新竹的交大，帶著被人背叛的信心危機，以及對學習之路的茫然失措，他一度以為他生命中的某些東西將在這裡結束，不過隨著這篇論文的完成，作者才發現，這一刻正是某個新開始久經醞釀的第一步。

說到這篇論文，要是沒有魏玠老師明確同時賦予高度彈性的指導，這篇論文只會是數篇斷簡殘文，根本無法成型，若您看到這篇論文，有著些許的所得以及收穫，您都該像郭同學一樣謝謝魏玠老師。此外，所長郭良文老師在寫作期間提供的協助以及修改方針、陳儒修老師在口試過程裡指出的論文建議，都讓這篇論文更接近某種理想的狀態。郭同學在這裡，要再次感謝這些老師的幫助。

在新竹的三年，不會只有論文，甚至說，論文只是必要的一小部分，但是卻不是最重要的其他部分。在新竹與台北之間輾轉流連的三年生活中，郭同學理解到雖然人生是自己的，但是最精彩的卻往往是有別人參與的部分。郭同學和我舉了很多例子，像是：說話和睡眠都極具深度、長髮飄逸到想幫他綁辮子的小麥，具有不怒而威氣質、在酒類以及數位資料蒐集同時都進入典藏家格局的俊豪，他們代表了郭同學交大生涯中有些混亂卻又始終光明的典型，而這裡的學長姐更是帶來了不少的人生啟示：湘雲將生死與共的手提電腦擬人化處理的方式，不愧其雙魚座本色；易萱一向慧黠的思考與立論讓人不只注意他一直這麼長的長髮；金鍊始終穩重而又親切的氣質，讓他成為交大最讓人有安全感的學姐；銘皇讓郭同學學到的不只是人生處處如酒肆的怡然，更包括了情義相挺的感動。另外，對於學習的熱情的鴻源、在交大再續學姐弟緣分的立嵐、提供不只是工作機會更是人生體驗的崔家蓉老師和惠茹；還有天鳳、文琪、祈年、燕麗等「機幫」成員，以及親切的佳玲學妹，這些都是郭同學在這三年研究生生涯的讓他滿懷感謝重要人物。

對郭同學來說，幾位大學同學的支持，也是這三年新竹促狹的生活十分溫暖的支柱，這三年，他和俊宏互相扯淡瞎拼，卻也試圖同時堅持自己的理想，一起在新竹奮鬥的佩萱，郭同學希望你早日完成自己的目標。謝謝小亮和麒任在口試期間的幫助，希望你們研究之路一路順暢。當然，在本篇有關電影的論文寫作當中，許多現正在業界追求夢想的朋友們：智煒、孝澤、素貞，以及朱延平導演、黃志明製片、魏德聖導演、楊力州導演等等，都對本篇寫作的幫助很大，在這裡代表郭同學謝謝你們，也希望您們都能成功。最後，郭同學還要感謝讓他來到這世界體驗這一切的父母親，對你們的一切感謝，盡在不言中。

其實，對郭同學來說，寫謝詞一直是件十分自我中心的事，不管篇幅長短，每篇謝詞總有著用自己的想法定義別人意義的武斷可能，更何況，他覺得他謝得有點心虛，因為他根本沒有成就什麼，但是他誠心地想對這些讓他滿懷謝意的人說的是，你們對他的這三年（而且也是絕無僅有、無法取代的三年），有多麼重要。這也是他交代我，要請大家不要介意他找人代筆之外，也要大家一定要瞭解的事。

我想我的代言，也就告一段落了，你問我是誰？我想這也不重要吧，重要的是，我們未來會是什麼樣子？

Alter Ego 代筆

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究問題	6
第三節 研究架構與研究方法.....	7
第二章 電影工業與全球化	9
第一節 文化與全球化的基礎論述.....	10
一、全球化的結構性定義	10
二、文化全球化的空間性流動特質.....	12
三、文化產業的商品化全球流通.....	18
第二節 文化全球化下的商業電影工業.....	25
一、今日電影工業產品產製的特性.....	25
二、從好萊塢到全球：商業電影的思維.....	29
三、商業製作的「好萊塢風味」.....	35
第三章《雙瞳》：台灣商業電影製作的全球化	51
第一節 從台灣的製作產業脈絡談起(到2000年).....	51
一、受制且被動的製作脈絡	52
二、世紀之交台灣電影的情境簡述	56
三、台灣電影工業全球性的經營位置.....	60
四、小結：從制度與運作的根基看台灣電影製作的流動態勢	64
第二節 《雙瞳》的成形與商業性內容的脈絡	68
一、《臥虎藏龍》的啟發	69
二、《雙瞳》的題材背景	72
三、《雙瞳》的驚悚元素	76
四、小結：台灣商業題材電影的機會與潛在問題	88
第四章《雙瞳》製作架構的商業化跨國取向	91
第一節 跨國商業製作的選擇依據背景：從創意及管理人力談起	91

第二節 從制度為起點探討台灣電影製作的商業性	96
一、製作過程的重要課題	96
二、台灣電影製作的先天格局限制所形成的產業現狀與《雙》片的對照.....	97
三、小結.....	109
第五章 結論.....	112
第一節 賣點題材的全球過渡：電影製作「可攜性」的成形	112
一、需求的大眾化.....	113
二、創意與題材的專有化.....	113
三、製作的制度性與彈性化.....	114
第二節 《雙瞳》製作成績的檢視	116
一、內容上的商業性實踐	116
二、製作架構的商業制度對照	116
第三節 研究限制與建議.....	119
參考文獻	121



圖表目錄

表一：台灣電影全球化的類型架構.....	62
表二：2000年後哥倫比亞亞洲製作公司製作出品的四部影片基本資料.....	73

第一章 緒論

第一節 研究背景

2000年由哥倫比亞公司出品的《臥虎藏龍》一片，在好萊塢彼岸創造了華語票房的成就與評論的高度評價，在「故鄉」亞洲市場也出現了一股熱潮，更不用提隨著這部片帶來的一連串討論，焦點從新式武俠類型的文本、華語電影甚至亞洲電影的新製作可能等不一而足。不論立論者是樂觀地看待類似這部片的跨國合作趨勢，還是對這類基於商業訴求的電影製作方式對本地電影製片的助益採不信任態度，這部 2000 年出品的影片，確實開啓了連串目前正在亞洲電影工業持續進行中的嶄新製作力量。在電影工業的技術、創意、市場等元素皆以超越單一國家層次時，跨國合製在外資、或本地力量的促成之下，正在亞洲市場處處開花，不過結果與帶來的效應會是如何，卻不只是單純地拓展與活絡亞洲本地電影市場這麼簡單。

電影作為一樣高資本同時也具高度複合性的媒介，在集體產製與藝術創作之間的對立態勢也十分明顯，其中包括了商業思惟與文化呈現之間的交錯，這也是電影百餘年發展以來一項始終沒分出勝負的拔河。以往電影事業以單一國家（如早期發展的美國、法國）為範圍時，這類問題便一直主導著電影工業的發展，然而在這一百多年的時間中，隨著技術發展擴張與政治與經濟力量的影響，電影的製作已經在許多國家有自己的發展脈絡，但來自美國或西方娛樂工業經濟規模在各層面的影響，對大部分國家來說仍是揮之不去。Armes（廖金鳳、陳儒修譯，1997）認為：「電影之於第三世界國家而言，其實總是種由外輸入的傳播形式」。儘管在電影技術的傳散下，每個國家應都有自己的國家電影生態，但往往之中都加雜著與美國（或其代表的西方商業取向）電影之間的交互關係，不管是產業、內容等方面。

極端商業走向的美國好萊塢電影工業在世界局勢的轉變之下，成為全球娛樂工業的獨大力量，其由國內至全球的擴散軌跡時至今日仍未見停歇。好萊塢電影工業的影響方式已不僅只於全球發行網絡的管道控制，對於各國文化內容再現、

影響各地電影生產模式的例子，甚至對於不同國家觀眾的掌控，更顯示全球電影工業對於好萊塢勢力始終難以擺脫。Miller(2000)等人便是採取這個角度，認為好萊塢並未隨著其他國家電影工業的急起直追而削減其勢力，因其在制度面、組織面、內容面上的彈性化存在與全球階層化的建立，全球電影工業與其說是百花齊放，不如說應該是接受了好萊塢的全球化。

然而 Miller 等人以好萊塢為中心行使全球性宰制的周密網絡關係，在總體面向的解釋之外，其實還需要考量其實際的動態關係：除了以經濟邏輯（如經濟全球化論點）與權力控制（如文化帝國主義的論述）出發的全球化擴張現象，在加入了文化差異與混合的影響下，其看似牢不可破的階層關係，其實更像是一種互以為用，利弊共擔的生態關係。這也是目前全球化論述中，對於全球文化與電影工業現象解析一個重要的方向。以社會學者 Giddens(1990)的全球化論述為例，它認為在現代性的全球化進程中，便建議採取非單一面向的結構化分析，除了要了解全球資本主義與工業力量的流動，更要了解國家主權在全球化態勢中的影響與位置，對 Giddens 來說，全球化不一定是全盤西方化，在一系列觀察「去中心」、「去鑲嵌」、甚至「逆殖民」的社會與文化現象在世界各個角落持續被觀察發現的同時，現今若是僅採跨國的資本主義控制邏輯，也不一定具有充分的解釋性與說服力。雖然 Giddens 的立論曾被批評過於忽略文化因素的考量，不過他對於全球化應考慮多重面向的出發點仍是具有參考價值。

根據全球化好萊塢的階層面解讀，現今商業取向的西方電影，已經不只在以往的發行面掌控產品的全球流通，在資本走向跨國化積累與處理的今日，西方（或是更簡化地：好萊塢）商業電影更將全球的經營視角上延至影片的製作，也就是跨國製作的開展。在這段製作規模變化的過程中，與好萊塢有關所生產的相關成果也隨著其全球性的軌跡，慢慢變化出更不同以往的電影文本產品與製作生態，今日亞洲透過資金與企劃等組織力量結合的電影跨國製作，不管是亞洲國家為基礎的組織；還是跨國媒體企業的帶動，都堪稱是這軌跡的延伸。

跨國製作其實並非今日的產物，在 1950、60 年代起，美國電影工業面對新媒體競爭與對新法規的適應，就開始試圖利用多國合作的方式加強產品的特出性與競爭力，但那時的製作與創意核心仍多為好萊塢人力掌握，其他國家則處於提

供所需資源的位置¹。今日的跨國製作與往日已不可同日而語，在媒體集團經營範圍透過併購與管理過程的變化後，媒體工業對內容的彈性的要求更甚以往，對跨國電影的製作，媒體集團將著重固有的流通管道掌握，以往由好萊塢主導著製作核心開始容許來自更多國家的人力參與，希望在新的文化藝術資源支持下，製造出更多新類型，使具有更多不同文化元素的產品，在原有的好萊塢產品之外，提供市場更多商品選擇，拓展更多獲利機會。然而在資金與最後決策權依然在握的情形下，即使更多文化氛圍的加入，現今看似蓬勃發展跨國電影製作基本上仍是奠基於一種僱傭關係，在商業前提之下展現各文化的企圖，對參與的其他國家電影工業生態與其代表的文化自主、甚至在國家主權基於正當性所訂立的政策，其交互影響下會產生什麼樣的結果是十分值得討論的。

這樣的例子不管是歐洲、亞洲，或是不同語系的文化區域，正持續地出現，在被動的加入好萊塢拓展的產製階層體系之外，各地的電影工業拓展規模的企圖心下，也漸漸出現了自己生產商業電影的生態與機制，例如向來商業味重，回歸後力求轉型的香港電影、歐盟媒體政策規劃下的歐洲合製電影，及近年來異軍突起的韓國電影...等。這些力求自產商業電影的製作環境，都希望可以藉此拓展本地影片市場收益，並達到彰顯自有文化與充實本地人力等目標，不過當中值得思考的問題依然很多，例如在效率與多元產品的評估之外，本地的電影商業化製作內容和佔據市場多年的美國商業電影之間，在文本邏輯上有什麼交互的變化？創意與生產的人力和好萊塢這類強勢商業力量左右產業（尤其是與文化息息相關的娛樂產業）背景之下，面對的會是什麼樣的交互作用；對原有本地電影製作模式與生態的影響有哪些？這些都是問題的主要梗概。

以台灣這幾年來和好萊塢的交互關係而言，台灣本地生產的影片面對外片比例在台灣的壓倒性優勢，在市場上處於長期的弱勢地位，電影工業規模的上、下游體質都偏弱的情形，使得台灣電影的製作規模受到侷限，商業取向影片多呈現低劣品質，使得製作主力放在由導演主導的獨立製片單位生產，具有較高藝術價值的小型影片，其藝術成就近年來已深受國際肯定，也使得國外資金開始有興趣投資台灣電影拍攝，不過採該走向產出的影片，市場較偏本地小眾，加上許多台

¹ 例如香港嘉禾與華納於 1973 年合作，由 Robert Clouse 導演、李小龍、John Saxon 主演、在香港取景拍攝的《龍爭虎鬥(Enter The Dragon)》。

灣具代表性的電影創作者在風格的展現上採取十分個人風格化的偏鋒，在許多具有代表性的創作者影響之下，台灣電影某方面已建立了極具特色的電影語彙與題材的再現類型，在創作內容的路線建立下，台灣觀影大眾卻同時在高比例外片的觀影環境下建立了與本地電影語言相去甚遠的觀影偏好，形成了台灣觀影市場潛力極高，但本地影片佔有率卻甚低的奇特現象。台灣電影在僅能與小眾（藝術）觀眾勉強作上連結的生態，在缺少適當處理（如政策與市場的扶植與培養）之下，造成了台灣本地製片的惡性循環：缺乏市場的支持，加上市場佔有率的高度被壓縮，本地製作人才不是得另闢事業蹊徑（如往廣告、電視發展），就是在不足的資源下完成依然自我風格強烈、市場接受度仍低的小眾作品。面對外來已是「全套」專業化的西方電影工業競爭，台灣電影的「手工業」製作等級，可以說當今生態中面臨被淘汰的危機。

《臥虎藏龍》的成功經驗也讓台灣開始思考，跨國製作的出現是否能成為台灣電影工業走出困境的可能路徑。在樂觀與不樂觀之間，不能忽視的是，在國際影視企業的計畫之下，跨國性的電影製作實際上已經在華語地區甚至亞洲持續地進行之中，這波現象也無法避免地吸引著本區域原有電影製作加入，建立起系統化的多國製作生態似乎也是不能避免的趨勢。

於是，2002 年的《雙瞳》²在這樣的背景之下出現了，和許多哥倫比亞在亞洲投資製作的電影一樣，投注本地創意人才與多國技術菁英的《雙》片，其破本地記錄的兩億台幣製作成本以及已達外片水平的四千萬票房，使得這部片除了本地生產影片的分析價值之外，更有著商業影片的討論條件。本片提供了一個檢視本地電影製作實力在全球市場階層位置的案例，該片當年度的票房也讓人了解了電影商業的運作可以是行銷面的、更應該是製作結構與內容面的。本片及其帶來的成果與現象，在證明台灣電影製作能力的同時，卻出現了許多評論從票房統計、內容上與人力架構上，都將本片「獨立」於本地「國片」處理的情形（王清華，2003；聞天祥，2003）。姑且目前先不對國片的定義作十分確切的註解，但是像《雙瞳》這樣的商業影片，的確是以往市場上鮮見的（不管是內容類型或是

² 甚至 2004 年哥倫比亞出品、張艾嘉導演的《二十、三十、四十》，其製作背景集合台港，與哥倫比亞的製作與資金、甚至也有國片輔導金的國家扶植背景，或許也有討論的價值。

製作方式)，但是細緻看來，本片卻仍有典型台灣電影的元素³；不過從資本的角度，或許某些趨勢卻始終沒有改變⁴。此時身處台灣的本土電影工業，除了在發行、映演管道尚須思考外來企業的獨佔；政策與商業間的取捨之外，更須進一步意識到，今日已有自己製作狀態與特色產品的台灣電影除了原本所要面對的外片攻勢，現在更多了亞洲跨國製作電影的在市場與文化上的競爭，台灣電影製作業勢必要思考本身所處的位置與應採取的態度，了解電影的商業屬性與文化功能、觀眾市場經濟基礎與本地文化反身思考之間的關係，在現今商業體制下對本地電影創作的衝擊。



³ 林文淇以後現代歷史斷裂的角度分析 90 年代的台灣電影，認為都某方面都具有「都市電影」的意涵(林文淇, 1998)，其觀察認為台灣電影在新電影時期之後，受到全球化資本主義與都市化的影響，故事的背景或討論題材常常都圍繞這都市的空間處理，其中再現的都市，又多為台北市。此外，台灣導演陳國富的作者風格也影響著這部商業影片的文本內涵。

⁴ 如好萊塢式的電影製作方式、內容面感官效果的變化，甚至商業整合與兼併現象其實並沒有消退。

第二節 研究問題

在電影工業仍以大眾市場為經濟基礎的前提下，商業取向的電影製作是一個國家或地區電影工業必須意識到的生產方向，然而在眾多商業電影的製作方式中，跨國性的製片形態挾其本地工業難以集結的資金與多樣人力，對許多企圖尋求大眾市場國家電影工業帶來了擴大製作規模與內容呈現的新機會，但是來自本國之外的製作元素與結構，在本地電影加入跨國製作領域時，也影響著本地文化、產製與創意必須做出調整。基於這個背景，以及《雙瞳》一片作為台灣電影與跨國製作的獨特案例，本研究初步提出的問題意識在於：台灣電影在透過跨國加入的製作方式，試圖拓展商業電影的製作與台灣電影的觀眾市場時，以《雙瞳》一片的成果而言，它成功嗎？這部商業影片的製作又呈現了台灣電影工業與跨國環境交錯時，哪些方面的調整與變化？更重要的問題或許是，《雙瞳》之後，台灣商業電影的下一步會是什麼樣的景況？

跨國製作對於全球電影工業（至少是華語與亞洲電影工業）已是不能忽視的模式，現今的台灣電影製作工業或論述在試圖衝出困境時，不應忽略或簡化跨國製作的討論與態度，應該將跨國製作視為必要但非唯一、持續但不獨大的產製模式，才能為台灣電影的創作真正帶來活力，為製作競爭力帶來成長契機。本研究也希望從這個現象分析，理出一個面對典型商業邏輯與刺激固有電影生態的跨國電影製作，比較理想的處理態度與方式。

第三節 研究架構與研究方法

本研究目前初擬之章節分布如下：

本文大致上採取政治經濟取向，從 Mosco(1996)指出之傳播政治經濟學三個主要面向切入：商品化(commoditization)、空間化(spatialization)、結構化(structuration)，試圖與當今全球電影工業的論述範圍連結，並作為本文的立論出發點。文獻探討首先將從文化全球化與電影工業全球化的論述談起。文化全球化方面將整理全球化結構性定義、文化與全球化的空間性特性，與全球化下文化、國家、與跨國媒介公司商品化現象的論述整理。本研究在分析研究對象的第三、第四章，分別將採取電影文本分析與深度訪談法，訪談的對象包括了《雙瞳》的製片黃志明、副導演魏德聖，以及在《雙瞳》製作過程中擔任側拍紀錄片《過境》的楊力州導演，目的在透過他們實際參與的經驗與觀察的陳述中，探討本研究想討論的問題；本研究也採用了與台灣商業影片導演朱延平的訪談內容，提供本研究對於台灣電影製作商業體質的深入認識。此外，本文並輔以次級資料整理，針對《雙瞳》一片進行個案分析。

電影工業方面，本研究將電影工業全球化中，電影的文化意義與商業本質、電影工業全球化與好萊塢全球化間的重疊程度與關係，進一步地，將焦點放在商業電影的製作本質架構，由好萊塢化的商業經營的時間空間結構了解，好萊塢的發展與特性、全球電影工業與好萊塢電影工業在大眾商業取向主導的架構下，好萊塢／全球化／在地化之間的交互關係，

第三章與第四章分析《雙瞳》的內容與製作架構上的全球化過程與結果。第三章目的在了解台灣電影製作的全球位置，透過台灣電影製作的歷史脈絡與現存生態、國際位置與生產定位、與好萊塢電影的關係等面向，對照全球化跨國脈絡下商業電影的全球製作，從《臥虎藏龍》的經驗承繼到商業電影的製作準則，目標在分析主要以體裁、創意與旨趣等背景脈絡；本章另一項分析目標試圖找出本地（或是東方）文化元素與西方價值的在商業製作上的並存與呈現。

第四章重點放在《雙瞳》的台灣（多國）製造架構，了解這項對於台灣是創意與管理的新體驗（或，教訓？）的製作個案，其中製作人系統的規模效率控管與台灣常見的導演系統機動但規模受限的小組織製作如何互相調適？資方、管理

方與執行方的各自動機與價值又是為何？此外，製作制度上的衝突及其凸顯的問題，例如精確的製片制度與導演主導的優劣勢、線上創意人才與線下技術人才的不同處境...等等，都是本章主要內容。

第五章為結論，主要綜合文獻與三四章對於研究對象的分析，提出《雙瞳》之後的台灣電影與跨國性質的商業電影製作之建議。



第二章 電影工業與全球化

本文將採取一種政治經濟取向的角度來審視今日商業電影全球化產製之下的本地電影製作景觀變化的現象，政治經濟學是討論全球化相關現象時主要的研究取徑之一。在資本主義的商業社會，全球化指的是一個財貨勞務交換、資本流通及貨幣經濟等工具在交換上的跨國進程；今日常被談論的全球化常提倡著一種無政府的，由投資者、管理者、工作者及市場共同組成的世界性跨國企業；這類以利益最大化、規範最小化以及資本完全流通的新自由主義思惟常被經營者認為才是有效可行的經濟基石，但是我們仍無法否認國家（或者政府）仍然扮演著重要的角色，McChesney(1998)便認為，全球化商業活動影響了大部分貿易國家，尤其在強勢國家勢力干涉之下，全球化的樂觀論述常模糊了權力分配與厲害競爭關係等與資本主義更密切的現象，這一點便是政治經濟取向時常關心的面向。

全球化的現象與趨勢正在人類生活周遭的各個層面運行並發生影響。在技術基礎的突創下帶動的時空巨變，以及原有社會組織與階層的重組或再製之下，全球化帶來的是個持續、難以預測的動態，而不只是短期且局部的現象。採取政治經濟角度來探討全球化現象下的社會變遷，本文將試圖參考 Mosco(1996)彙整有關政治經濟學的整合樣貌時所提出的三個動態概念：商品化(commodification)、空間化(spatialization)與結構化(structuration)。Mosco 在整理今日政治經濟學的現有樣貌時，以這三個方向為起點來思考與更新政治經濟學的核心旨趣，並且採取一種批判臨界(critical)的取向(Mosco, 1996, 馮建三、程宗明譯, 1998: 16)。雖然 Mosco 是以這三點來闡述政治經濟學本身的論述樣貌或展望，論述的目標在於了解這些使政治經濟學具體化的過程，在這樣的理論堆砌過程，正是傳播過程的一個起點，並促進了社會領域的完成。本文便是使用這個出發點，採取政治經濟的動態面向，來檢視全球化的結構性基礎，與時空劇變下的流動特質造就的全球空間化氛圍中，文化內涵如何產生商品化的質變，並呈現全球流通的現勢。

本文的研究主題與對象「好萊塢與在地商業電影的流動現象」正是全球化現象之下所引起的現象之一，本章的目的在於建立本研究的理論基礎，釐清全球化的論述定義，以及電影工業在今日的工業結構與產製呈現的狀態與趨勢的基本整

理，以求進一步探討電影這類具複合文化意義的傳播產業在原本「在地」格局之下與今日全球化趨勢的關係位置。

本部份首先就文化的全球化談起。在全球經濟、政治、科技...等面向都對全球化的進程中展現強勢的影響力之際，我們要如何檢視定義極其散漫、但又幾乎無處不在的文化層次全球化？

第一節 文化與全球化的基礎論述

現今的世界是真正的瞬息萬變，人們所見所聞之事物已經不是其感官所及可以完全掌握及理解的，在生活結構的諸多面向變化帶動之下，人類的世界正面臨著所謂的全球化進程。或許只有這點是我們所真正確知的，不只是全球化的現象與前因後果難以掌握，試圖解釋整理之的論述也是一片難以窺其全貌的龐然大物。進入討論全球化的論域中，勢必得以了解全球化的基礎定義為先。

一、全球化的結構性定義

為現今方興未艾的全球化現象作基本定義，應該基於歷史的演進與其中帶動力量的釐清開始。不過詮釋取向的不盡相同，也使得定義全球化時的訴求重點往往莫衷一是。Held & McGrew(2000)將詮釋討論全球化的取向大致分為超全球主義(hyperglobalizers)、懷疑論(skeptics)與轉型主義者(transformationalist)等。超全球主義論者將討論重點放在經濟全球化日益超越國家格局的流動、全球化在經濟全球化的帶動下將形成新的社會組織形態，認為經濟事件的影響力在今日已然超越政治性的規範力⁵。懷疑論者則對冷戰時期後的全球化經濟能否帶來新的社會結構存疑，以全球化迷思的角度，說明發生中的全球化並未改變世界的南北不均情勢，甚至是加劇其對立的(Huntington, 1996, 轉引自Held & McGrew, 2000)，根深蒂固的階級結構大致上只會持續存在。

上述兩種不同的詮釋取向其實各自定義了全球化對於社會結構及既有制度的改變與否，也十分強調資本主義、經濟力量對全球化動力的比重。在兩端論述之

⁵要注意的是，超全球主義者只是將全球化視為帶來全新轉變的經濟力量，但並非全部採取擁戴自由經濟的新自由主義者（如日本學者大前研一(Ohmae Kenichi,轉引自Held & McGrew, 2000)），超全球主義取向的論述者也有主張這樣的時期更須控制全球資本主義發展的新馬克思取向者（如Greider, 1997,轉引自Held & McGrew, 2000）

外，還有將全球化定義為重新型塑變遷現代社會及秩序驅使動力的轉型主義者。轉型主義者強調全球化是一偶發的過程，且其中充滿亟待澄清的矛盾，對於全球化的觀察，他們認為必須環顧全球經濟、軍事、科技、生態、政治、文化等皆正經歷空前轉變的面向，以求掌握全球化的動態，同時也必須考慮到全球化下在固有民族國家所面臨存在意義的轉變與全球社會新階級形態的形成，以及現今生態的轉變與理解(Held & McGrew, 2000: 10~13)。在這樣的論述方向下，轉型主義似乎是想取得一個綜合性的論述位置，其中在近年來試圖建立整合性結構化理論的英國社會學家 Giddens，是本取向的代表性人物之一。以其對全球化現代性的角度切入以求全球化的適合定義，應能使本研究有個更廣泛的立論基礎。

以現代性出發析論當今資本主義當道全球社會的 Giddens，主要也將全球化定義為一種現代性的後果，且這樣的後果正在持續之中。在《現代性的後果》一文中，Giddens (1990)初步地這樣定義全球化：「世界性社會關係的強化，它連結了遠在他方的地區，使得地方性的事件受到遠距離事件的影響；反之亦然。」(p64)，其中 Giddens 用了「強化(intensification)」一詞來詮釋當今的全球化，除了解釋了世界的確越來越是個「天涯若比鄰」的整體，也讓我們意識到，這結構中的張力也可能愈形強烈。這樣強化的世界性連結，來自於時間與空間的急遽變化，原本人們對社會固有的封閉取向認知必須在新的時空關係下作更開放的審視；此外，社會關係所呈現的全球程度強化，也顯示了全球化的進程將是個多面向的對話，甚至辯證的過程。Giddens 對全球化所強調的時空分離(time-space distanciation)、去鑲嵌化的離根(disembedding)以及反思性的存在，對於定義全球化的意義與影響力時，提供了一個以現代性制度面向出發的較完整觀點。

Giddens所詮釋的全球化，包含了世界資本主義經濟、民族國家系統、軍事秩序力量、工業主義全球勞動分工等面向，是一種現代性的延續，今日商業經濟確實對於全球化有著重量級影響，但在其他機構的制衡下，Giddens採取的出發點一方面不至於落得如新自由主義者採用的經濟主導論點(Monthly Review editors, 1992)，也不會武斷地認為全球兩極化將隨著不均的資本主義歷史發展及世界資源的壟斷成為無可避免的結果(Amin, 1996)。今日民族國家的存在雖然在超國家組織與強勢國家的競爭之下面臨存在的挑戰，但是今日的世界貿易、跨領域政治體，以及全球性通訊系統的規模與影響程度都是前所未見，這樣的環境不會只讓

強國（如美國）恆強的局勢繼續存在⁶，都說明全球化趨勢難以確實被少數單位與勢力掌控，而逐漸走向所謂的「去中心化」(Giddens, 1990, 陳其邁譯, 2001: 16~19)。不過，Giddens同時又提醒我們全球化趨勢下不均的情形依然存在，若是無法正視不均所帶來的全球性風險問題，其後果將由全球成員一起承擔。

Giddens 力求整合的全球化論述，揭示了全球化多面向多單元解釋的重要性。從全球化分析的角度檢視一個現象時，我們應將本部份提及的全球化概念定義常駐於心：全球化是一個引發原有時空結構藉由與外部因素加強連結，進而產生難以預測的結果之過程，審視其現象時必須充分理解其時間、空間等背景脈絡，並重視其辯證的交互關係動態結構，單面向的解讀不但有簡化動態之虞，也使得分析結果無法有效提出解決現狀的方案。

以這個基本定義來談本研究的對象，意義層面十分複雜的文化面向的全球化將是本文需要進一步整理的部份，接下來本文將探討全球化與文化交互影響下展現的特質。



二、文化全球化的空間性流動特質

Giddens力持現代性，並偏向從制度面審視各個面向的取徑，卻常被認為相對忽略了多變卻也範圍甚廣的文化面向。後現代取向的社會學者Robertson(1992)便對於Giddens認為現代性本質上即包含全球化的性質之論點做出檢討，他指出雖然Giddens所認為的去中心化代表全球化並不完全代表西方化，同時卻又肯定了現代性是一西方工程⁷(p141-42)，的確，以Giddens的離根、去中心等觀點來看全球化的文化現象，雖然能夠初步掌握全球化文化的離散性，卻無法將層次提升到制度面與現代性之外的解讀。Mosco整理政治經濟角度的「空間化」解讀時，強調以資本主義的存在現勢出發，說明資本主義思維的空間化是一種在發展之下也必須再執行的「再結構行為」。許多論述針對馬克思的「時間消解空間」概念作空間

⁶ 舉凡冷戰時期後工業強國的經濟衰退、舊有民族國家境內的區域文化認同（甚至獨立）活動的興起（如蘇格蘭、魁北克等地的獨立運動）、跨國性流動與生產的區域出現（如加州矽谷與香港），以及Giddens觀察的許多「逆殖民」現象（例如洛杉磯的拉丁化、出現在印度的全球導向高科技產業，或是巴西電視業成功外銷節目等例子）(Giddens, 1990, 陳其邁譯, 2001:20)。

⁷ 此外，Giddens將全球化文化現象中常出現的社會行動主體以非既定方式再嵌入之「反身性」視為現代性之一部份，也受到Robertson質疑，因為反身性的論述只在當今全球化的論述時期中有所提及。

化面向的討論(Mosco, 1996, 馮建三、程宗明譯, 1998:258)。其實「時間消解空間」說法，並不是一直都為後人所同意，基本上，學者對空間化的解釋多是一種結構性的動態闡釋，如Giddens(1990)所認為的差距化(distanciation)、Harvey的壓縮，也有認為是跨地理與物理界限的流動空間(the space of flows, Castells, 1989)。其立論目的都在於將媒體形式、時間空間，以及權力結構等面向做出動態的連結。從上一部份的全球化性的基本定義出發，本部份便是從文化全球化的時空壓縮與去疆域化特質，了解文化全球化流動的空間化。

(一) 時空壓縮下的文化全球化

將文化與全球化並置作討論時，必然會面對文化範圍的界定，以及文化的在地性與全球化之間的同質性與異質性辯證。對人類而言，文化的存在是人類有別於其他生物的主要特徵，它存在於人類生活世界的各個角落，影響著生活世界各個面向的結構與意義，同時也受到這些結構面向的反饋，持續產生變化。文化社會學者 Tomlinson(1999)便以此扼要地解釋了文化代表著「人類經由象徵性符號的運用，創造出意義，進而建構出的生活秩序(鄭榮元、陳慧慈譯, 2003: 20)」。依據 Tomlinson 對文化所作的解釋，文化全球化的觀察必須著重於實踐(practice)，且關切的重心在於全球化如何改變人類生活意義之建構(meaning construction)。

全球整體環境的巨變，在人類生活世界各個層面都帶來改變，或是某些元素的消退或增強。Harvey(1989)分析過去二十幾年的全球性的時空劇烈壓縮之下，造成政治經濟的分裂，階級的力量也同時顯現在文化及社會生活方式上。全球交通工具網路與傳播科技技術的日新月異，不但影響著實體財貨的流動更使得訊息的傳布屏除了時間空間的屏障⁸。時間空間的壓縮（甚至消逝）對文化的影響則更難以定義，在時間空間線索不同以往的社會組織與制度脈絡下，文化意義的建構也受到這股新時空結構的影響，自 1960 年代起，西方資本主義世界出現更劇烈的時空壓縮，導致了一個大量即時與碎片化時代的到來(Harvey, 1989:90)便是改變今日文化形成的重要條件之一。在這波時空壓縮下展現強勢影響力的資本主

⁸ 往日時間、空間、技術都受到限制只能在某區域發展的文化群體，在十六世紀西方國家的航海擴張及十八世紀末起工業革命帶來的技術發展與轉移，加快了文化交往轉變的速度，形成了一個以歐洲資本為中心並遍佈整個非歐洲世界的複雜殖民體系並造就了近幾個世紀以來風靡全球的民族主義想像共同體(Appadurai, 1990)。

義，其帶來的新社會階層似乎將在現代（或是Harvey提及的後現代）文化意義的形成中扮演重要位置。

面對從科技技術層面建構的現今全球化氛圍，Castells(1996)認為今日興起的資訊社會在資本帶動的大量流通之下，建立起了新形態的網絡社會(the Network Society)，在這全球共同形成的社會之中，正有一股以資本主義為出發點的力量帶動著變遷，科技與生產都造就著全球的快速流動，也加速了交易與消費的行為，帶來了時尚、產品、科技、勞動流程等的快速流逝，即刻性、可拋式的價值觀因此滿佈在這個網路社會，從社會的穩定性到人類的心理狀態都受到了改變。在McLuhan的「地球村」理想在今日似已成真之際，現代化的資本主義的在時空壓縮快速性，在Castells的所謂後現代時期持續地挑戰文化的地方與全面意義的建構。

以Harvey與Castells的時空壓縮的角度來看，全球化之下的文化確是面臨著重新組成，但是資本主義生產的階級結構與商品化邏輯將是這波改變的核心力量。不過Tomlinson認為仍應該強調全球化的多面向性質，並認為應以涉及面向最廣的文化全球化作為最佳切入點。因為文化可以是政治的，例如所謂「大眾」或「菁英」文化的分類便涉及了一種權力關係；文化也可以是經濟的，例如許多文化現象是發生在市場商品化的經濟脈絡之中。文化長期以來一直強調特定疆界的限制與傳統意義累積的連貫性，因此文化的概念總是和有界限的實體(bounded entity)——也就是社會——相提並論，不過這樣制式的連結在全球化趨勢的興起之下出現了動搖(鄭榮元、陳慧慈譯，2003: 31)。然而將文化全球化在時空脈絡中出現的資本主義商品化、或是為強國（如美國）同質化。全球化的多面向本質與以及時空距離縮減等特性使得其意義累積是多元化的，與高度商品化流通的全球化有關的文化意義形成，其脈絡絕對是不同於文化僅與其產生地區有關的想法。

（二）去疆域化下的在地與全球

Appadurai(1990)探討文化經濟體在全球化中出現的斷裂與差異時，強調了全球化文化中產生的不連續狀態，他也指出，全球互動的中心問題在於文化同質化與文化異質化之間的緊張狀態。全球化對於文化產生的衝擊也發生在全球性複雜網絡造成的「去疆域化(deterritorialization)」，在去疆域化的全球脈絡中，Clifford認為除了交通運輸之外，電視、廣播、旅遊、商品，甚至軍隊等元素都對文化的

流動造成了極大的影響(引自 Tomlinson, 鄭榮元、陳慧慈譯, 2003)。也有許多學者(如 Giddens)以「去疆域化」、「去在地化(delocalization)」、「錯置(displacement)」等角度來解釋全球化過程, Tomlinson則以「地理和社會區域內文化關係本質之消逝」來處理去疆域化⁹。

從具有集體意義的社區空間, 到區分公私領域的家庭/個人生活範疇, 都在原地點脈絡與傳統的目的之外(如商業目的), 出現了新的環境元素, 而這些元素常常和其他地點有著越來越明顯的連結, 進一步影響了他們生活的內涵與意義, 對文化內涵的存在也是一樣, 因為這些生活世界的建構正是文化演繹的基礎。Tomlinson認為在這些「非場所(Non-places)」¹⁰中, 資本主義的現代性創造了獨特的世俗化在地經驗, 一種超現代性(supermodernity)的、不同於有機社會場所的經驗, 我們與這些超現代的非場所的接觸越來越多(引自 Tomlinson, 鄭榮元、陳慧慈譯, 2003), 由此推論, 去疆域化的環境在與他者連結的多種建構之下, 勢必造成了生活其中的人們對事物觀點的處理與想像, 然而我們還是不該忽視社會關係依然存在的事實, 非場所帶來的疏離、符號化的異化環境並無法真正取代實體的社會架構, 就如我們即使與地球另一端瞬息相關, 我們仍是身處感官所及的實際環境¹¹一樣, 去疆域化的全球化現象仍然須與在地的傳統與社會形構來作對照。

也有一些說法質疑了去疆域化的存在。有人認為去疆域化的觀念預設了前全球化時期, 對於本土主義疆界、根源、封閉性、純粹性的迷思。如 Clifford 認為文化本身就是「旅行的、和外在內在關係相互協調的文化」, Appadurai 也認為, 所有文化均是從外來事物中擷取不同成份, 最後逐漸形成的, 這派以前現代本土主義迷思來質疑去疆域化的觀點, 提醒我們文化是具有彈性, 有協調再造的可能。

⁹ 實際上全球化的諸多現象中的確呈現著某種原有區域性特質的崩解, Tomlinson對自己身處英國的生活世界世俗經歷觀察中處處可以發現這類現象 (Tomlinson, 1999)。

¹⁰ Tomlinson借用法國學者Marc Auge的「非場所(Non-places)」來詮釋這些去疆域化的場所。有機場所是較為傳統的, 如Auge所說, 有著重複社會互動、提供文化記憶認同, 進而使居民對當地歷史有隸屬感的環境, Auge對於「非場所」的主張十分適於詮釋那些新的、突出的現象。

¹¹ 不過Tomlinson同時認為Auge運用的是以外在文化角度, 觀察當地的結果, 忽視了存在於非場所中, 人們是有重新發掘社會關係的可能。(Tomlinson, 鄭榮元、陳慧慈譯, 2003)

另一派質疑去疆域化的觀點，則強調去疆域化的不均衡。本部份可以以地理學者 Messey 的「權力幾何(power geometry)」論點為例，當代的全球社會在馬克思所稱「時間消解空間」前提之下，呈現了新境界，造成了對於地方的定義及我們和地方連結的不確定性。在這樣的全球化下，所導致的不會只是去疆域化現象所說的全球性連結的加強，一種來自地方本身，企圖尋回地方感(sense of place)的防衛反動力量亦然存在，這是 Messey 認為一般去疆域化觀點不會提及的，我們必須重新思考地方的定義，更須檢視今日時空壓縮的全球化，是否真正使全球成員雨露均霑？

從「權力幾何」的角度來看，不同社會團體、個人，在與全球流動連結時，仍然存在著權力的差異，掌控更多實際移動力的人，受到時空壓縮影響的生活形態仍是與無法掌握移動力的人大相逕庭。這是權力差異分配的政治問題，移動力的持有與否，在今日的全球化下，甚至存在著強者藉由削弱了弱者移動力，加強自己移動位置的情形(Messey, 1994)。在權力架構下的全球化趨勢中，權力幾何的存在反而使得人們在不安、不確定的衝擊下更加需要地方感的強調，民族主義、文化遺產、本地主義也因此再次受到重視¹²。

與Messey以權力支配的觀點類似的，是H. Schiller提出的「文化帝國主義(cultural imperialism)」¹³，文化帝國主義的論點十分明確：媒介所建立的文化帝國主義是整體帝國主義的一個子集合，媒介文化透過與企業經濟發展的相互為用（例如消費社會）持續發展，文化與經濟領域也變得密不可分。文化所含有的意識形態也包含在輸出的文化商品中，還可以為商業系統帶來獲利(Schiller, 1991)。往日冷戰時期美國獨大的媒介影響力¹⁴，今日現在皆為跨國企業與資本取代，現今國際市場的大玩家，可以來自許多國家，舉凡媒體、公關、廣告宣傳、文化贊助等活動，都已不再完全受到美國企業所支配。這也使得許多論述認為文化帝國主義的時代已經結束了，「文化多樣化(cultural diversity)」等接近多元主義的論

¹² 不過我們應瞭解，這類對於「復古」的重視是和真正的「古」有差異的，因為中間人們確實仍經歷過與本地之外地區的高度連結，連結的過程加入了歷史的組成之後，意義的內涵與存在是不會完全一樣的，就如前述文化的彈性特質所言。

¹³ 這兩種論述共同點在於，皆重視傳播或流動過程中的支配結構，尤其是文化支配。

¹⁴ 60年代在第一、第二世界兩大陣營的對峙下，美國作為當時的世界強國，自然被視為是這股帝國主義勢力的權力核心；況且，當時第三世界成為美國文化輸出標靶的情形也支持著這一點。不過冷戰時期結束後，世界局勢轉變，但全球傳播管道的建立、流通的程度等影響力依然持續上升，來自美國的文化控制隨著政治與經濟力量的衰退，宰制能力已不如以往。

述都認為全球化的世界將出現真正的全球文明。但是Schiller認為，全球化的根源不在於建立新國際場域的和諧與利益，相反地，來自全球各區域的的經濟、文化組織，正透過跨國企業的商業邏輯積極建構全球普遍化的基礎¹⁵。在跨國企業的領導的全球性趨勢之下，今日國家利益與利潤導向之間變得模糊，或許強國如美國也經歷了一樣的情形，但是Schiller認為美國在傳播優勢的掌握與管理層面的掌握，使得美國在媒體文化領域的支配，甚至接連而來的資源的揮霍與剝削都依然存在(Schiller, 1991)。這也是多元取向的媒介研究如主動閱聽人、後現代等論述的最主要盲點。

文化帝國主義的觀點毋寧是更為激進的，在 Schiller 對於文化帝國主義提出強烈評判，認為美國化的文化支配強勢腳步依舊時，他的論點也常受到質疑，如 Tomlinson 便認為 Schiller 的文化／媒介帝國主義的觀點是一種「媒介中心論」，將媒介之於文化的作用力過於強調 (Tomlinson, 馮建三譯, 1994)。此外，McChesney 的研究雖然同意美國對於他國文化的支配曾經存在，但是今日的全球媒介體系和帝國主義之間的關係是十分複雜的；要說今日的商業媒介體系目的單純在傾銷美式文化，在今日媒介企業聚合化、商業化、全球化的趨勢來看是不甚恰當的，例如多國媒體集團的在新自由主義方針下的多角經營，以及現今確實存在的本地化媒介產製策略，這些都不是單純以美國媒介文化支配可以解釋的。

然而對於文化／媒介帝國主義的瞭解與參考，對於我們認識全球化社會依然存在且不可忽視的支配關係時仍然是有幫助的，例如媒介在今日社會的作用日益突顯，或是西方媒介在第三世界國家的強勢生態，這些現象都需要加入支配關係的理解來思考，我們更應瞭解的是，現今全球文化存在的支配關係或許不再建立在某些強國與弱國之間的控制關係上，在新自由主義發展之下建立的跨國媒體集團與公司，才是現今主導文化支配、影響全球文化民主與否的核心角色¹⁶(McChesney,2001)。

¹⁵ 不過Schiller回顧後冷戰時期至今的發展，提醒我們美國的軍事力量仍在全球進行干涉，更有甚者，今日美國運用在文化、意識形態的軟性力量，實際上仍在所謂全球化的流動下發揮影響力，「文化帝國主義」在今日以「媒介帝國主義」形式延續。因此

¹⁶ 在今日媒體集團化及卡特爾(cartel)的企業聯合趨勢之下，全球媒介系統的興起也有其文化與政治意涵。不管是新聞業界的新聞控制、或是娛樂媒介內容對消費主義，現存階級與個人主義內隱或外顯的倡議，都顯示了當資本主義在取得領先位置之後，全球媒介企業都變得政治保守。為了商利，目前掌握全球媒體數位企業巨頭（如華納、迪士尼、新力、新聞集團、環球...等）從它們

面對著發生中的疆域解離，我們了解高度的流通／流動是今日全球化出現的重要因素，也造就了不同以往、更趨全球一體的文化內涵，不過在這個原本屬於現代性的制度（如工廠制度、官僚、民族國家...等）都面臨解離，「後現代」的論述語彙，大部分便是來自對這類解離現象的詮釋。然而今日已有許多後現代論述也開始面對現代性依然存在、並持續產生深層性結構轉變的事實，不論是 Bauman 所認為的「高流動現代性」或「輕量現代性」，或是 Giddens & Hutton 所說「無重力經濟」(Bauman, 2000, Giddens & Hutton, 2000, 轉引自 Murdock, 2004: 24)下建立的資訊、符號財貨處理與服務環境，這些觀察雖然指出今日工業化奴役體制已獲得解放。卻忽略了新的規範與強制位置的存在，正如 Beck 所說，流動現代性的來臨不只標示著新狀態的流動，更代表著現代性核心結構前提的基礎危機 (Beck, 2003, 轉引自 Murdock, 2004: 25)。

許多「後」思考化的觀點（舉凡後現代、後工業、後殖民...等），大部分只能解釋某個範圍內現象，其實在全球化下的流動性社會，在錯綜複雜的權力交錯之下依然無法全然平等；市場擴張下的全球化轉變雖然不能作為解釋全球化整體現象的首要重點，但也顯示了以往社會與民族國家為中心的連結與討論方式勢必面臨改變，但是這並不是要我們屏除對國家與固有社會詮釋的重視。Urry 認為，我們現在除了跟隨著全球流動(global fluids)建立新的組織網絡，應是別無他法；(Urry, 2000:38)，民族國家社會顯然已失去了權力。但是 Murdock 也點出了 Urry 的不足之處：第一、全球流動並不能否定國家依然存在的重要性，今日的國家反而是支持全球化發展下去的基礎。第二、將全球流動的地圖放在一個相同水平的地平線來繪製，反而忽視了這些持續垂直集中政治經濟力量的全球化贏家，這最被忽略的全球化流動層面，Murdock 認為反而是最能描繪今日全球化動態的例子 (Murdock, 2004: 26)。

三、文化產業的商品化全球流通

從現代性衍生的政治經濟特性來看，建立文化的全球場域面臨著許多具高流動性的勢力主導，重組著新的環境，同時也帶動著新的文化體質，這樣的新文化

產製的媒介商品內容上反動性的大同小異(McChesney, 2001)，與其將其定義為競爭關係，或許說它們是鞏固全球媒介少數寡占的合作夥伴似乎更恰當些。

體質將是全球性、動態性的，最重要地，是階層性的。Appadurai(1990)認為今日全球化文化流動在種族、媒介、科技、金融、意識形態五個地景(scape)¹⁷作為變數之下，實在無法單以中心／邊陲或是單一強勢國家可以解釋或預測的。但在今日一股極具高流動性、同時仰賴階層化效率精神日益茁壯，同時正吸納文化原料產製產品的產業力量，似乎正主導著全球的文化景觀，換句話說，文化的流動瞬息萬變，但其中流動的是什麼？或是以什麼樣的狀態流動著？這的確是了解今日全球化與文化交互關係的另一個重點。

延續著全球化的結構性定義，以及今日文化與全球化之間的流動性空間架構，這裡必須討論的是從商品化的角度了解全球文化中流動的文化商品及文化產業(cultural industry)¹⁸。

從商品化的角度了解文化與全球化之間的關係，有助於了解全球化的背景架構，在進一步了解其中流動的文化內容時，可以發現商品化是許多文化現象（包括文化工業化、文化商品、創意產製...等）的理念原型之一。Mosco 在整理政治經濟取向論述的商品化特性時，對商品化作了初步的解釋：商品化的過程描述了資本主義實行積累資本的目標，或是轉換使用價值為交換價值以實現價值的目標時所透過的手段。以使用價值與交換價值的交錯關係之間，可以了解一項產品(product)（尤其是文化產品）如何產生轉換進而成為商品(commodity)，並且過程中是如何為資本實現剩餘價值。這樣子的商品化過程，資本的位置在於主導商品走向以及掌握對勞動力的控制，藉由商品型式的有計畫擴展以及對社會關係的凝聚，進而確立消費關係，藉此，除了商品得以持續在社會上獲得使用與流通，資本也藉著商品的擴展實現價值，並鞏固利益關係。基本上，在商品化的過程中，

¹⁷ Appadurai 認為，種族地景(ethnoscape)、媒介地景(mediascape)、科技地景(technoscape)、金融地景(finanscape)、意識形態地景(ideoscape)等五項地景，能夠提供文化流動過程中存在的斷裂與脫節，也正因這些斷裂與脫節的存在，文化全球化的軌跡在Appadurai看來，是一個難以預測，只能以其地景深究的架構，許多全球化將導致同質發展的論點，在Appadurai的地景解讀看來，應該是有不足之處。(Appadurai, 1990)

¹⁸ 文化產業一詞的出現，源於六零年代末以來法國社會學者、行動主義者以及政策擬定者源於法蘭克福學派之說法並加以修改而來。他們認為，文化工業的概念將整個文化與商業行為概括成一聯合之整體及同一邏輯，忽略了其複雜的結構面向。首先，文化產業拒絕了Adorno和Horkheimer對後工業化文化產製的懷舊解讀，並指出了一個對現況更翔實的瞭解與分析。其次，文化產業也不同意文化工業將文化商品化視為一個順利而無抵抗的過程。文化產業討論資本主義在延伸至文化領域時，所存在的限制及不完整的本質 (Hesmondhalgh, 2002)。本文以下將就此再次討論與釐清。

物品的使用價值時常因為交換價值的塑造而遭受磨損，這是資本主義商品化的一大特徵。

析論商品生產體系裡商品化與傳播的關係，在技術與社會兩個層次上都有討論的必要，社會商品化過程中所有深化與矛盾，委身於社會實務的傳播過程與制度上，自然不論在勞動、生產、價值等方面，傳播的行為都受到商品化的高度影響。文化商品的全球性流動是今日文化全球化架構中是重要的動力元素，而在商品化的論述前提之下，文化產業這個架構作為文化產品的產製單位時，也代表了其作為全球化文化流動的主要節點。

在法蘭克福學派學者Adorno及Horkheimer的著作《啓蒙辯證(Dialectic of Enlightenment)》中，他們採用的是「文化工業」(culture industry)一詞，來對二十世紀初資本主義社會的文化現象提出批判。這個概念被用來解釋一種文化以工業生產的組織方式，進行無物質的生產，其中「工業」的意思是指事物的標準化及分配、行銷的正當、合理化¹⁹。「文化工業」是為購買和銷售而生²⁰，仰賴產品標準化的形式來達到目的，並促成一種消極的消費型態。由於文化工業掌握了交換價值(exchange value)，為使之成為一個更為普及性的商品，便在消費上創造出一種虛假狀態(false)。這種虛假的狀起因於在工業化的途徑中，促銷(promoted)與發行(distributed)的備受關注。這也揭示了文化商品化過程討論的重要性。依照此觀點，Adorno與Horkheimer認為現在的文化已經失去了理想化的能力，而逐漸變得商品化，在現代資本主義的民主下，文化和工業已經相互傾疊在一起，成為所謂的「文化工業」。而此類觀點也多為批判走向的研究者所討論，用來解釋現今文化與經濟間的許多現象。(朱元鴻，2000)

整體來說，Adorno及Horkheimer所代表的法蘭克福學派採取的是較為單向的批判立場，認為文化工業化已經將文化轉化成商品，原有的單一價值也在利潤導向的資本主義運轉中被反覆運用並貼上標籤，在規格化的生產與消費模式之下，

¹⁹ Adorno認為「文化工業」致力推敲大眾的意識和潛意識型態，但群眾是次要的...他們只被當成物品來計算，只是文化工業大機器的附加物。文化工業的產品並非群眾自發創造，而是由少數文化買辦大量生產和傾銷，目的是為了交換，交強資本主義的再生產，其目的與其他工業相同，是為追求更高的利潤而不是人的真實需要、表現自發性創造及理想。

²⁰ 文化工業雖然提供了人們逃避資本主義殊離異化想像的文化，但卻並不允許個人獨立想法的出現，因為在「文化工業」標準化的形式之下，連同人們的反應也應被包括在此結構中，而非閱聽人所創造。

文化工業就像其他資本主義工業一樣受控於大量製造與大宗產銷，並符應著生產規模與產品規格化的利潤製造條件（電影工業大量反覆製造熱賣類型即為一例）。以電影當例子，Adorno與Horkheimer認為電影是文化工業的一部份，其美學只有將觀眾變成消費者的目的，尤其是植根於大量生產分配經濟模式中的電影，它完全地融入了資本主義意識形態與經濟支配中²¹(Hollows & Jancovich, 1995, 張雅萍譯, 2001)。另外，Adorno與Horkheimer也認為只有提供質疑現狀提供矛盾本質的前衛藝術及其觀眾才能超越文化工業無所不在的支配力，雖然立論可能過於呆板簡化，但是仍是相當基礎的參考概念。

在法蘭克福學派特定指涉的「文化工業」概念之後，比較用來代表一般性意義的「文化產業」(cultural industry)，逐漸成為廣為接受的詞彙，也愈來愈成為現實上資本主義社會的重要產業部門和利益來源。這和社會從工業時代的製造業轉變成後工業時代的服務業有關，其相關論述也受到高度的重視與大量的解讀。然而，如果我們堅持以批判的角度來研究和探討當今的文化產業，法蘭克福學派當初提出對於資本主義文化商品化的批判，仍有一定的分析能力和參考價值。因此，為了避免混淆以及適應於目前的學術慣例，本文以下將在保有文化商品化批判意識的前提下，以中文「文化產業」一詞，作為指涉相關文化產製組織現象的主要用語。

從工業時代、後工業時代到資訊社會的進程之中²²，理性與知識的討論越來越重視，這可以從許多後現代的論述中可以看出。符號創意和資訊也成為社會與經濟生活的中心，這代表了文化產業也提供了其他產業一個轉變的模式。且不論是文化產業向其他產業靠攏，還是一般產業受到文化產業的影響，都代表了文化產業具有重大的影響力，以品牌的概念與意義為例，文化產業藉著這方面的經營，使得其獲利與規模都可以和其他一般產業平起平坐（如迪士尼），也影響了一般製造產業的銷售思維²³。在往資訊社會發展的路上，對文化產業的討論也因此變的不可忽視。

²¹ 從這點來看，其實越技術先進、越壯觀、越大手筆的電影，其實越具有政治危險性。

²² 在這段演進過程之中，商品產製達到大量化與一致化的程度後，開始朝向彈性化、專殊化的規劃進行，其中福特主義（Fordism）到後福特主義(Post-Fordism)之間論述的變化，便是一例（Mosco, 1996: 162）。

²³ 例如Coca-Cola作為一個飲料製造業，藉由品牌的行銷模式，在全球市場建立起業界的主流地位，更代表了某種美國文化的表徵；另一個例子如運動用品品牌NIKE則藉由簽約運動明星的廣告

Hesmondhalgh(2002)提到今日文化產業完全依賴創意及個別性，產品的地方傳統性、地方特殊性，甚至是工匠或是藝術家的獨創性，強調產品的生活性和精神價值內涵，這樣的解讀已有別於早期文化工業論述只強調大量、均一化及商品化的技術複製文化生產理念，也因此，文化產業產製文化商品的過程中，其特有的風險和不確定性的考量也隨之浮現。

從商品化到文化產業的論述基礎來看，可以發現今日的娛樂工業高度興起的現象其來有自。Wasko(1994)分析，在「資訊社會(information society)」的背景之下，媒體事業的營收雖仍無法和經濟體系中的其他產業相提並論，但是它們的急速成長卻是不容忽視²⁴。原本與傳統娛樂圈沒有關係的金融界、投資人與其他企業，漸漸加入了娛樂產業的經營。這些新加入的企業引進了新式科技，促進了媒體與資訊系統的整合，原本娛樂商品的領域便持續的擴大。更有甚者，媒體工業流通的是具有影響力的意識形態與文化產品，因此不停擴張的媒體產業，不只影響者經濟、科技上的利潤增長而已，其作為媒體與傳播產品的文化角色也是舉足輕重。(Wasko, 魏均譯，1994)。

也因此，當產業力量逐漸走出國家格局時，媒介工業在其策略性結合的優勢下，正走向越趨壯大的全球性架構，許多企圖尋求產業突創、競爭力的國家，也必須面臨著加入這個同時牽涉到文化內涵再處理以及區域經濟體質重整的全球市場。李天鐸(2002)的相關研究便認為，包含電影、電視、錄影、流行音樂、動畫、與電玩等的影音媒體產業正是二十一世紀的全球化經濟的大勢所趨，這些工業結合起來的力量，一方面掌握著當代文化符號意義的創造，同時也挾著數位科技的威力，展現其傳播的影響力；同時又能在影音「符號」交換的過程中，其所

宣傳，加上高質感的廣告規劃，使得該運動品牌不論是技術或是品牌營造能力，都領先全球，這些以產品製造起家的企業之所以能有今天的地位，除了商品設計與製造的成功，品牌的經營與宣傳的規劃等與結合文化產業走向的理念設計，也是它們成功的原因之一。

²⁴ 全球的數位媒體內容市場，每年成長 33.8%，預估至 2004 年時將達到二千二百三十億美元，其顯示的商機相當驚人。以英國為例，其媒體內容產業在 2000 年左產值超過六百億英鎊（約三兆台幣），出口值則超過了八十億英鎊（約四千二百億台幣），從廣播電視、電腦軟體、設計、電影、出版、音樂、廣告到遊戲軟體和表演藝術。英國共雇用了一百九十五萬人，所創造產值佔 GDP 的 7.9%，是英國的第一大產業。至於美國，向來以電影工業和各式電腦軟體席捲全球，其內容工業的產值每年則超過四千億美元（約十二兆台幣），佔 GDP 的 4%。台灣二〇〇一年數位媒體內容產業之產值 1334 一千三百三十四億元，預估在二〇〇六年也將成長至三千七億元。(李天鐸，2002)

創造出的產業活動擁有驚人的經濟產值，讓今日各國均積極面對所擁有的「文化資產」，以尋求產業化的經營契機。

研究策略經濟面向的人持續對文化產業化問題的分析，普遍認為比大眾文化評論的論述複雜許多，策略經濟面向的論述者不贊成現代電影研究規避文化產業化問題的面向。但是策略經濟採取的新自由主義論點卻將商品化的前提視為理所當然，同樣有著聚焦選擇性的盲點。當代政治經濟論述大多認為，電影文本應該放在影片製作與行銷的文化產業脈絡裡被理解。Nicholas Garnham(1990:15)認為文化分析應涉及文化產業生產過程中勞工策略的運用，還有讓觀眾覺得非看不可的電影策略（如預算的多寡與製作成員的結構決定下的電影內容與形式），Garnham整理出三個文化產業的主要特色²⁵：第一、所有文化產業都採取高科技手段大量製造與鋪設行銷管道，造成了龐大的規模以及被抑制的多元性。第二、文化產業是擁有複雜勞工分工的階級組織。第三、文化產業主要目的在於創造最大的利潤，就如其他類型的工業一樣(Garnham, 1990)。

此外，文化產業還面臨一些特定的問題：第一、每個人花在文化消費的金額與時間有限，也就是文化消費的替代性高，又非必需品。第二、文化產業很難在特定文化產品上鎖定其「使用價值」(Garnham, 1990)。這兩點問題都是說明了文化產業經營上的高風險與難以掌控性，也因此，為了滿足大部分觀眾的需求，電影廠商時常面臨著兩難：在製作電影時一方面得限制其過於多變與創新以致一般觀眾不能接受，一方面又得提供某種程度上的變化與創新，吸引觀眾。

從商品化的基礎到文化產業的架構來看，其實文化產品的限制是十分繁複、風險甚至較典型的製造工業產品還高，但是卻是今日全球性企業生產的重要主力，這應該便是資本在今日已達到全球程度流動的結果。本部份的文獻探討試圖整理出一個全球文化商品流動的動態，在資本與利益（甚至權力）極大化的資本主義前提之下，產業在技術的提升建構的流通骨架之下，各企業在自我擴張的進程上，必須加入文化元素作為啟動流動的血肉，這也是文化得以全球化的一大動

²⁵ Garnham的論述和大眾文化評論有很多共通之處，但是他不像大眾文化評論提倡菁英文化與流行文化的區分，他認為在資本主義經濟系統運作之下，沒有給菁英文化繼續遠離經濟物質支配的空間了，連菁英文化也有自己的政治經濟學。文化菁英的觀點只是繼續辯護自己想維持的不平等社會關係，也進一步地左右了今日其實依然存在的文化贊助，其成立的小眾市場只是保留中產階級的品味與習慣，忽略的一般大眾流行觀眾而已。

力之一，但是在文化在這樣的空間促成下，得以獲得流動而有新的可能、獲取可能的更好境界之際，卻也必須為和資本合作而面臨著可能的全球化結構性課題，例如資本與文化間的拔河、競爭、甚至廝殺乃至變質淘汰，以及伴隨的組織結構成員中權力關係議題等等，這些都是以文化全球化角度檢視文化產業化現象時所應念茲在茲的面向，而其中最需要注意的基本元素：流動的文化商品及其流動狀態，便是本研究所欲聚焦的範圍，以本文欲分析的電影商品為例，當一個區域既有的產製狀態，面對著新的流動趨向的製作趨勢，在製造產業方面需要考量的面向以及需要面對的問題有哪些？尤其是當這個原有的狀態是明顯的弱勢時，全然排斥或是完全投其所好似乎都不是理想的道路，我們應該深入了解這一股動態的基本條件與背景，才能確實提出最接近理想預期的評估。所以接下來，我們要將整理的範圍轉到電影工業，尤其是商品化最明顯的商業影片面向。



第二節 文化全球化下的商業電影工業

電影原是一種文化實體，更在文化產業中佔有重要位置，電影更是一樣具有獨立特性的文化商品。在現代工業化與文化實體界線漸漸模糊的今日，我們看到資本主義運作下影響範圍日益深廣的文化「商品化」現象，這是以「文化產業」角度解讀現今文化產業態勢時的一個主要取向，也是本文想要採取的切入角度。以這個角度審視電影工業的運作面及其產品（也就是電影，以及其相關衍生產品）時，我們可以做結構面上的瞭解：一部電影是怎麼產生的？什麼樣的人負責電影產製的那個環節？電影工業所「製造」出的文化產品？其目的為何？有著什麼樣的效果？又要藉著什麼手段使效果充分發揮？這些問題都需要我們以有關文化產業的角度，將電影製作、市場行銷與其社會意義的運作做一個立體而結構性的整理與討論。這部份對全球規模最大電影製作據點—好萊塢—做其文化產業面向的討論，企圖了解其強勢發展的脈絡之下，是如何與電影工業的特性相扣連。

一、今日電影工業產品產製的特性

基本上，電影作為一個文化商品，其中來自文化藝術與工業生產之間所產生的矛盾屬性必定存在（Ryan,1991:36）。以藝術、自由意志或個人價值為出發點的文化物品（cultural object）在面對市場主導的資本主義商品邏輯的產業運作時，其創意空間和多元型式往往受到擠壓化控制，成為衍生自現代化的「大眾文化」。相對地，代表資本的產業，在經濟必須達到理性化、成本於獲利間必須達到積累（accumulation）等原則之下，文化產品的製作對產業本身充滿了非理性與不確定性，也增加了該事業的風險（Hesmondhalgh, 2002:17-18）。這類來自形式構成（formation）斷裂所產生的矛盾，也造成了許多如電影等的文化產業，需要更多在矛盾中取得協調的經營模式，如稀有化（scarcity）的創造、多類目的產品規劃、格式化及集中招募化的宣傳等等²⁶。當然這些將原屬藝術表現的電影作品

²⁶ 這個概念與文化商品的「商品生命週期」概念有關。由於商品化的文化產品的矛盾構連，文化商品有著明顯的，呈倒U字型的「被截短的文化商品生命週期（the truncated product cycle of cultural commodities）」，商品的販售、推廣及促銷都依照這種生命週期概念設計與運作，其中可分為「介紹期（introduction）」、「成長期（growth）」、「成熟期（mature）」及「衰亡期（decay）」四個階段。由於大眾市場多樣化大量化的生產特性，每個文化商品都只有短暫的市場生命，使得將其生命期拉長是十分困難的。不過以上提到的倒U字型的曲線只是典型的週期曲

商品化的過程，受到發行宣傳力量的影響，在一開始的製作環節就希望能夠和行銷成果最整體有效率的結合（Mosco, 馮建三譯，1998），在商業製作的觀察當中可以更清楚觀察到這點。

電影工業大致可分為製片、發行與映演三個主要部分來討論，整個產業的連結，其運作形式和彼此關係相互影響（電影年鑑，1994：1995）。此外，電影的使用及消費行為有別於一般私有化的文化商品（如書籍、雜誌或唱片等），而屬於一種「半私有財（quasi-private goods）」，這類商品需要特殊的指定環境才能使用，這類商品所擁有的幾項特性，都使得商業電影的經營堆砌出許多結構上的特出之處：

產品本質架構的特殊條件：電影的製作成本都較昂貴，且主要的回收依賴著觀眾的消費，屬於電影製作「上游」的製作業或製作單位必須在成本與企畫方面，與消費的觀眾之間的掌握做到規劃與協調，負責電影文本製作過程中的品質監控及人力、預算管理等等要素，並向出資者負責，提供獲利的整體規劃及合理分配的可能。

電影工業部門間互依且成階層的關係：電影由於技術與形式上的限制，需要在特定場所（符合標準的放映場所）、特定期間（具稀有性的院線放映期）內展示以供消費，且放映費用不低，無法為人人私有，所以需要負責展示的「映演業（exhibitor）」來支持其產品的展示與流通。在製作業-展示業為核心的商業電影流通關係外，發行業（distributor）便主導商業電影在流通的擴充性上的環節。發行部門的一大主要作用在於管理收益的確實性與權利，將其發行產品的價值最大化，這些目的具體化於發行業所負責的業務：片源的持續供應及影片的宣傳工作，以及影片所有權的保護。（Ryan,1991: 80-85）

個案導向（project-based）的電影製作產業：從經濟學的角度來說，電影工業有其獨特的產權與工作結構，尤其是其中的製作業。一部電影的製作，從人力組織的面向看來，是類似一種建立於契約關係所建立的工作行為。Defillippi & Arther (1998) 認為，電影製作業和許多以承接案件的工作組織為主的產業（如建築營造業）一般，都是以個案為基礎(project-based)的組織。這類的企業組織被認

線，產品本身的社會性價值、原創性及其後的受歡迎程度，還是會影響其週期的長短及獲利的多寡。（Ryan,1991:53-55）。

為和典型企業體累積核心資產及專質性資產的傾向不盡相同²⁷。

Defillippi & Arther (1998) 從兩個角度來描述這樣子的電影製作脈絡：從產業的角度來看，這和電影市場充滿需求面的不確定性與易變性有關。再從職業的角度來看，製片人及製作公司獨立存在的現象，也使得該工業出現了兩個類型：多從好萊塢大型片廠取得製作資金的核心類（core groups，應該就是所謂的大型主流電影製片）和以獨立製片人或不固定資金來源的外部組（peripheral groups）。依其核心或外部的的位置差異，其電影產製的習性也會不同。從個案導向的角度看電影工業時，可以解釋幾個屬於電影製作業的現象²⁸，在其中比較重要的一點發現是：職業的可動性反而帶來了產業的穩定（Defillippi & Arther, 1998）。

上述所解釋的電影工業中製作／發行／映演的結構，當然不是只出現在商業電影，只要談到將電影文本商品化運作時，上述的結構便是最基本的。但是這結構正說明了屬於電影商品的商業邏輯，如果我們再以產製／流通的文化商品化過程來探討，會發現其實這幾個環節有時是十分重疊的。藉由所有權的集中，發行業可和製作業結盟，甚至可以控制映演業，規劃對影片最有利的流通系統；發行業和製作業在商業規劃的考量下，都必須對行銷的方向與方法做出規劃與實行，在電影商業化運作的規模愈趨壯大的情形之下，對其他媒體的依賴開始出現在電影商品的行銷流通上。在這樣交錯的產業結構中，要是電影的製作是為產品的製造，那麼產品成形階段的製作環節，無疑地便是處於上游供應的位置。

不管是製作人與片廠間的製作契約關係，還是導演、演職員與製作人的契約關係²⁹...等條件，製作成員的高流動性，其實才能促進產品在質量的多元選擇

²⁷ 現在的電影工業生態，已經不是如早期由大型片廠垂直整合式的管理，而是眾多媒體集團規模擴展的形勢之下，仍然是各家製作公司林立的情形，這些持續製作電影產品供市面發行流通的公司並不直接經營產品流通的發行與映演，它們與隸屬大型企業的發行商或出資單位建立契約關係，並以一部電影為單位，向外招募人才（其中導演、編劇、演員等熟為人知的電影創意勞動代表，到許多從事更技術性的製作人力如攝影指導、剪接師、音效師，甚至特效人員等等）。

²⁸ 例如製作的策略往往重於製作企業體的形式、製作的過程與結構，以及資本的投資都是暫時性的；製作過程中大部分人力常常處於待命狀態（idleness）而且製作過程以及工作內容往往牽涉了師徒制的人員分配與雇用...等等（Defillippi & Arther, 1998）。

²⁹ 而製片人往往在製作的整體上，都是個案代表，一般認為代表電影作者的導演（甚至編劇）其實只是契約關係中的一個勞動部份，如果這些人在內容的代表性之外，想要真正主導完整的製作過程，他們同成都要靠加入製作人團隊，才能達到這個目標，這也可以解釋，許多好萊塢的強勢導演，常也能在製片人名單中找到他們的名字。如好萊塢導演Steven Spielberg所導演的影片，幾乎都是他設立的「安培林（Amblin Entertainment）」製作公司所製作，他也通常都擔任製片人或執行製片（executive producer）的角色。

性，贏取資方的挹注，甚至是觀眾票房的認同，這些現象的確都顯示，電影製作業以個案為基礎進行的形態，反應了今日商業電影在對創意多元需求的迫切下力持的彈性原則，也說明了電影在藝術形式的內涵架構之外，還有牽涉更廣的商品化工業架構，在一般人以商業電影/藝術電影的分別來看待電影內容上的差異，在這點現實之下變得意義不大，因為再商業的影片也需要美學的考量以符應其文化商品的基本條件；一般獨立於商業體制的藝術電影，仍然因其成本需要與集體製作的特性，存在著商業操作的骨架，其中仍存在著電影工業產製文化產品在今日所採用的彈性原則。

在產業走向整合之路時，上游的產品供應當然也是最基本的控制環節，否則有再健全、寬廣的發行映演通路也是空談。然而在今日文化商品化的獲利傾向與行銷思惟之下，製作環節雖然被視為基本，但往往研究的注意力也落在宣傳行銷的部份，在發行取向的要求下，製作專攻行銷優勢產品的情形也越來越多見。這或許也導致了對電影工業的結構討論將製作環節視為理所當然，受政治經濟因素影響甚深的製作業，往往在起始階段便決定了電影環境體質，這個事實卻常被忽略，而將論述的份量多放在解釋發行整合與行銷的力量。

Garnham 觀察電影工業的產製結構時談到了電影製作上的工業結構與位置，在好萊塢電影工業裡，行銷管道比製造工業發揮更大的控制力，大部分的電影其實都是獨立製片，大型主要的電影片廠藉由掌握行銷的制度與管道，其實仍是獨立製片結構下的主事者，這種結構顯示了行銷的目的就是在於吸引更多的票房，即更多的收入，正是巨資片廠的經營重點。巨型成本的「票房鉅片(blockbuster)」也因其高度的商品企劃本質，都是由大型片廠負責，製作規模與內容皆具彈性的獨立製片雖佔製作結構的大宗，透過發行管道的控制以及投資的多方介入，大型電影公司仍是藉此控制幾乎整個電影工業(Garnham, 1900:185)，獨立製片的存在既可提供創意的多元可能，又有現成的環境向其實行多方控制；進而有效分擔風險。

對大公司來說，這樣分散的製造方式，其實帶來的是彈性製作所衍生的更多商品開發可能，商品源頭的製作採取類似外包(subcontracts)方式，再藉由全面性地掌控流通管道與方式，掌握幾乎是最後的定義決定權，像好萊塢這般的擴大「合作」模式，其實做到的是要求合作的成員以及相關的論述皆確立其「共主」

地位的鞏固。

二、從好萊塢到全球：商業電影的思維

從 1980 年代起娛樂工業的併購狂潮(Frenzy of consolidation)開始，好萊塢發揮其商業主導能力，將其他工業與其他國家產業帶入文化產製集團擴張之途，這樣的情形一直以各種形式發生，直至今日(Wasko, 魏均譯, 1999)。像是全球性的電影放映發行通路與多樣媒介如 DVD、錄影帶，電視放映等的版權宣告，這些事業在這個星球上大部分大致都為派拉蒙、華納、迪士尼、新聞集團、新力等幾間公司所掌握，公司的名稱與組成或許是瞬息萬變，不過「由幾間集團公司當老大掌握全球媒體產品流動」的事實應是難以動搖的現勢。

此外，媒介公司日漸注重廣告部門的事業傾向，說明了權力集中的集團公司在以掌控商品終極決定權為原則之下，結合廣告與其他商品形式的商品推動方式，進一步促成了消費社會的形成及易於掌握的優勢，可以想像如 Wasko 所說，當「好萊塢遇上了麥迪遜大道」之時，電影商品將走向更極致的商品化，在行銷機制深度影響電影產製準則的背景下，商業電影本身常常就被當作另一種高獲利取向的廣告媒體來看待(Wasko, 魏均譯, 1999)，這一點大大地影響這商業取向（甚至當代大部分的電影）製作時的參考架構。

在美國好萊塢強勢而又完整的電影工業體系之下，不管是好萊塢典型體制內，或是模式刻意異於好萊塢主流商業取向影片的藝術影片市場化，美國好萊塢電影的商品市場特性還是存在，並且在存在之中持續變形適應，市場區隔對於美國電影產製環境在獨立片廠與大型片廠間的共存的影响便是明顯例子。

（一）好萊塢時也勢也的霸業

回顧好萊塢及其他文化產業的發展歷史，大型主流與獨立的製作雙階結構一直存在。首先在 1970 年代起，隨著片廠制度消失後的新彈性製片方式以及新媒介（如電視）的競爭，好萊塢主流片廠的新世代隨著賣座強片（blockbuster，例如前面提過的大白鯊（Jaws, 1975）與星際大戰（Star Wars, 1977））的出現而開

始，主流片廠出資的大型製作³⁰開始在技術面與市場面做發展，這也使得發行的片廠和製作人／製作公司之間開始成爲一種合作（甚至是控制）的關係，而不只是單純的大量資金提供及產品流通。此外，隨著資方的對其他媒介與流通系統的整合，大型電影製作往往成爲整個市場產品的一環，本土之外的市場走向以及電影放映後的其他媒介流通也成爲了大型電影製作時的一個考量重點（如錄影帶市場、有線電視市場）（Gomery, 2000: 24）。美國的好萊塢大型製片，自然在規模經濟的帶動下成爲市場佔有的一大主流。

在好萊塢八大片廠逐漸成爲電影市場主流角色之際，其間有許多小型的獨立製片公司起起落落，但在其中獨立製片的製作人一直扮演重要的位置。在片廠制度受到電視媒體影響而崩潰、美國政府於 1948 年判決禁止派拉蒙壟斷發行與映演業後，獨立製片開始得到穩定發展的空間；獨立製片的製片人常與片廠分享利潤，作爲片廠在合資、提供製作基礎及成品發行的回報。也因此，獨立製片的影片往往在當時市場佔有大宗比率³¹（Zuckerman & Kim, 2003: 34）。

用 Peterson & Berger (1975, 轉引自 Zuckerman & Kim, 2003: 35) 的工業集中與區隔的關係模式來解釋，在大型片廠在集中產製高概念的公式性票房影片之際，獨立影片滿足了大型製作所出缺的利基，這便是市場區隔下所形成的製作生態³²，也因此，我們常在資本面與內容面來定義美國的獨立製片，其中最簡單的定義便是「非好萊塢」，然其同樣急切於尋找區隔化的觀眾市場，其動機其實與好萊塢典型格局的動機，相差無幾。

美國的電影工業經歷一連串內部與外部的變化之後，現在成爲一個以發行、製作、映演各自發展且相互影響的結構，以其生產的大宗好萊塢爲例，早期好萊塢以其片廠制度及龐大的商業後盾，建立了大量工業化製造的全盛時期，在優勢

³⁰ 這些製作原來可能是獨立性的，但在資方的推動下轉變成一個組裝性的系統（package system）；（Staiger, 1982, 轉引[Gomery, 2000:24]

³¹ 在獨立製片人之外，美國電影業界也有「獨立發行商(independent distribution)」，從 30 年代生產發行B級片（B-movie），被稱爲小片廠（micro-studio）的Momogram與Republic公司（這些公司維持到電視興起的年代便倒閉）；到 80,90 年代供應低成本商業片的「小八大（mini-major）」如Libra Films, New Yorker等。這些公司都代表了現今獨立發行業的經營方向：匯集藝術或低成本商業片，藉此經營好萊塢八大片廠的獨佔資源之外的市場佔有（Zuckerman & Kim, 2003:34）。

³² 在 1980 年代到 90 年代初，獨立影片在大型影片製作之外有了新的特性，這種新的工業結構起源於：一、錄影帶媒體的擴散造成影片需求量激增。二、以宣傳獨立影片爲主的日舞影展漸漸受到重視。三、低成本的影片如「性、謊言、錄影帶」在評論與商業上的雙贏。4. 獨立製片公司如Miramax在影片成績上的接連成功（如《亂世浮生》（1992）及《黑色追緝令》（1994））

壟斷之下，各片廠自行製作影片，並有穩固發行映演通路支援，美國電影的許多製作特色都在這時期成形（如明星制度、類型電影）；在政府判例與新媒介競爭等變化³³之下，大片廠以後工業化的彈性專殊作為發展重點：原本極端垂直整合的片廠將經營重心集中至發行環節，本身製作偏向少量高成本，市場需要的大量影片來源則交給獨立的製作人及其公司，這一連串變化除了減低片廠的風險，也使得製作業者進入市場的門檻減低，製作公司開始有較多的製片機會(Aksoy and Robins, 1992)。透過選擇性契約轉包(subcontractors)形式的出現，片廠的發行力量與製作公司更具彈性的製作潛力有了穩定的結合，或許其中仍然存在著發行力量凌駕製作自主的情形，但是美國影片的製作越來越依賴具有獨立規模以及高度彈性的製片人公司確是事實³⁴。獨立製作具有的多元製作走向以及彈性製作方式，更是好萊塢在全球規模的拓展時，所遵循的道路之一。

以美國為最初發展基地的好萊塢電影工業，在本身生產體制的規模化建置下，展現了高度的商業競爭潛力，然而在創意重製開始出現貧乏，或是美國市場已不能滿足該產業的經營規模等影響下，好萊塢開始將其標的放在全球格局，不管是流通發行管道的無遠弗介，還是區域人力的生產整合，好萊塢某方面來說不再只是來自美國的電影工業，而是全球電影工業的分工頂端。Miller 等人（2001，馮建三譯）在分析好萊塢在全球脈絡下所扮演的影響角色時，採用了「新國際的文化勞動分工（New International Division of Cultural Labour, NICTL）」的概念，Miller 認為，現今的好萊塢是全球的，好萊塢趁著全球化的自由經濟趨勢，並憑藉基於資本邏輯的著作權法規在全球法理情境的被採納，現正在全球的影視市場盤據主導的地位。Toby Miller 等人以 NICTL 強調好萊塢電影工業已經跨越了美國境內的發展，利用與各地的製片資源合作，既打破了文化的國界，影響了各國本土電影工業的生產思惟，也使得好萊塢已存在於無形，並合理化地伸長其經營觸手。以 NICTL 的概念解釋其生產層面，更可說明其電影產品的製作拉大到了全球性的跨國脈絡，其中牽涉了好萊塢在進入彈性專殊生產模式之後，所進行的產品分化和垂直解體，將電影類型的製作以契約的方式外包給獨立

³³ 如 1948 年頒佈，影響電影工業甚鉅的「派拉蒙判例」(Paramount Decree)以及 60 年代電視媒介的廣受歡迎都迫使美國電影工業（尤其是好萊塢）必須找出新的因應之道，而彈性專殊取向的運用成效，至今也是有目共睹。

³⁴ 根據 Stroper & Christopherson (1989) 的研究，在 1989 年美國發行的 480 部影片中，獨立影片佔有 407 部。（轉引自 Aksoy and Robins, 1992）

的製片人。在分散化促進的跨領域發展之下，專殊化的製作公司能彈性地提供勞務，全球各勞動市場集合多樣的技術（甚至創意）勞力，並藉此建立高動態的製作部門與制度化的基層設施。其中更包括了以契約為基礎的跨國和製行為、藉由區域組織影響國家開放政策，甚至是透過行銷網絡對觀眾的「監理」讓生產、流通乃至消費，經由好萊塢建立的分工體系，成為分工流程中的一部份（觀眾也不例外），這便是新國際的文化勞動分工。這種角度下的好萊塢產業擴張，某些方面就像是原本美國國內大型片廠電影與獨立製片並存狀態的全球性版本。

從「全球級老大哥當家」這樣的背景來看，這些來自好萊塢、屬於好萊塢，或是加入好萊塢的企業們之所以能獨占鰲頭，一方面除了工業競爭上保持的硬體技術優勢、一方面也可以歸因於其商品權力管理的集中化以及生產彈性的擴大應用，彈性的策略對上文化產品似乎是這些老大哥眼中的絕配。全球各地與之關係密切的電影工業，也必須加入這場文化多元的彈性遊戲。

（二）全球分工下，好萊塢真的還是一切？

NICL 的論點試圖解釋彈性經營策略、新自由主義經濟、著作權法規提倡與科技發展等背景，好萊塢在加入多國經營與娛樂事業聚合的趨勢下，如何持續其全球化的滲透整合，並持續處於全球電影工業生態的頂端位置 (the global domination of Hollywood)，本認為「好萊塢的全球主控」也是檢視全球性的電影市場時基本的結構性特徵 (structural property, 參見 Giddens, 1994)。該論述處理了的今日好萊塢的許多具全球性影響的現象，如大型票房鉅作 (blockbuster)、話題電影 (event movie) 和發行行銷管道掌控之間緊密的關係、觀眾如何加入好萊塢電影產製流通掌控範圍之中，Miller 更深入電影本源的生產環節，在時空壓縮許可下的彈性環境與各國政策力量的作嫁之下，造成資金、人力、技術的高度流動，起源自好萊塢的合作關係在世界電影工業越趨活絡，好萊塢或許因此喪失了原有的美式面貌，然而自其拓展的跨國娛樂工業，實際上卻是全球各國的電影工業為了生存與競爭，變得越來越「好萊塢」化了。

NICL 論述尚待補足之處，在於立論的角度是以好萊塢為主觀位置，大量篇幅都用於闡述好萊塢在全球電影工業的強勢性，屬於較偏單一面向的角度。魏玟

(2004)認為，這樣的立論或有巨觀解釋的重要價值，卻在深入闡述案例時，有簡化全球電影工業動態的風險。因為此論述容易忽略了重視藝術、文化價值與地方特色的影片，而這些影片雖佔相對少數與弱勢，卻確實且持續地存在。此外，在來自美國的好萊塢獨大力量之外，其他具有相當經濟實力的國家對於電影全球性的投資與製作，是否也全然受到好萊塢的影響與控制，其實也有再討論的空間（如歐、日對前述藝術電影市場的資金主導位置即是一例），單以Miller的新國際文化分工檢視則有上述將生態扁平化處理之虞。魏均(2004)針對這點，建議以階層化動態存在的「全球電影市場體系(global film market system)³⁵」來分析，從批判性的全球化觀點出發，同時加入全球與地方文化動態的交互關係，了解其中行動者的權力關係、衝突與矛盾。

試圖回應 NICL 論述中在巨觀層次解釋性上的參考性之外，卻可能在動態的較微觀層次過於簡化的危險立場下。「全球電影市場體系」提醒我們在動態的從在之下，全球電影市場不是扁平的，在好萊塢核心的商業通俗電影之外，確實也有講求美學質素、文化關懷以及地方特色的電影在其中流動著。在消費面向與生產面向之間，好萊塢無法在每種電影商品中都扮演產製核心，商業通俗電影之外的市場正式歐、日以及亞、非、拉丁美洲的電影產製的主要空間（魏均，2004）。世界電影市場是以全球層次存在以及電影操作是在全球/在地持續辯證等特殊性的之下，全球電影市場體系是一個由資本主義運作邏輯主控、以好萊塢位居核心，絕大部份其他地方電影工業共同參與或被結合其中，並以全球為規模不斷進行結構化的電影生產與消費體系（魏均，2004:72）。在並非固定不變的全球電影市場體系中，將好萊塢定義為現今結構化過程佔有主控地位的一個單位，會比單面向地將好萊塢視為全球電影產製消費結構的主角來的恰當。對於今日許多在地的電影工業採用商業化經營方式下，彈性生產策略並不一定要依照好萊塢所決定的模式進行，出現在生產與行銷上的各種「協商(negotiation)」、「合作(cooperation)」或「結合(incorporation)」等等關係，好萊塢或許的確在其中擔任關係與操作的主導，但是其他地區的國家電影工業之間的合作與互動仍然可以進行，並且之中產生的「混種文化(hybrid culture, 參見 Tomlinson, 1999)，其狀態如何更不是用單一的好萊塢主導可以分析出來的。

³⁵ 並初步整理出四種運作形態：一、全球同質化；二、全球在地化；三、全球階層化，以及四、在地全球化。

魏均(2004)分析，全球化時代的電影工業操作的主要面向可從兩方面著手：分析產品的定位以及全球化市場運作中對於其他地區電影工業或市場採取協商程度。其中應討論的不只是探討全球性文化（如好萊塢）在強勢位置下對在地文化的衝擊（甚至以核心位置替代了邊陲與半邊陲的固有位置）位置，更須拓展討論篇幅在各個本地文化如何在該階層位置上影響外來的強勢文化，其中並須持續思考全球化中資本市場動力和不平等的權力關係這兩項運作特徵。在 Giddens(1990)許多針對全球化現象的結構化論述中，以資本主義、民族國家、軍事秩序與工業主義勞動分工等層次說明現今全球化如何組成，或許可以提供全球傳播產業（當然包括了全球的電影工業）的全球化軌跡，如何在跨國勢力下依循資本主義原則主導，國家主權依舊存在卻飽受挑戰的現狀下形成現今的商業生態，並藉此形成新的全球性階層與節點，以及許多接隨發生的問題。

因此，具有初步解釋作用的「文化勞動的新國際分工(NICL)」提供了一個以較批判的巨觀角度提示了我們全球性的媒介產製正展現其極大的影響力，並且試圖建立一個階層化，有少數單位具有大多數支配能力的可能架構；而「全球電影市場體系」也進一步提醒我們以一個立體、動態的層次，對世界各國電影工業作為全球電影市場的成員時，在資本主義思維下消費與生產有著程度相當（而非生產的掌握者擁有著覺動的掌控權力，包括對消費的掌握）的影響力時，以更實際、更細緻、更精確的分析範圍，掌握更確實的全球電影工業市場體系之下，各成員強勢/弱勢、主動/被動...等等動態相對位置。

因此，除了從全球電影市場動態開始，勾勒好萊塢與國際電影資本和地方電影工業的互動關係之外，各地特殊脈絡的歷史考察與適當的地方電影生產與電影文本分析，都能讓我們能更完整地琢磨出今日全球電影市場體系的動態。本研究的研究焦點在於了解以在地電影工業出產的電影商品，如何藉由商品化的進程得以進入全球性的市場階層，在成形的當中又如何回顧環視對本地原有生產形態的意義與影響（魏均，2004）。

本研究選擇本地電影對於主流商業影片的特殊產製案例，其意義在於理解主流的商業電影製作相較於其他非好萊塢的國家電影、藝術電影等等其他市場產品類別，是更接近好萊塢的生產模式的（不論是內容面還是生產架構面），這樣說來，一個原屬於區域國家層級的電影工業，採取這樣子的「主流」生產方式，試

圖做到原本屬於好萊塢的「拿手好戲」時，其目的動機、對模式的理解與適應，以及面對的可能優/劣勢及潛在問題各是為何？這些都是本研究在下面幾章想要探討的。當然，依照 NICL 與全球電影市場體系的初步辯證結論，我們必須對我們研究對象的背景特殊脈絡做基本的整理與了解，在探討我們主要研究對象—台灣商業電影時，我們要先對另一個對象—好萊塢的商業電影產品與模式作些整理，在初步了解商業製作的「好萊塢風味」之後，再來討論當台灣電影工業產製商業產物時，台灣與西方的主流商業片所產生的交互影響與意義。

三、商業製作的「好萊塢風味」

Armes(1987)分析好萊塢與第三世界電影工業的差異時提到，好萊塢為所有的社會帶來的一個有異於傳統宗教習俗儀式的概念—也就是娛樂，而且其代表的娛樂「對於電影觀眾的智慧要求不多，電影中的對白與表演容易了解，觀眾也無須具有關於政治機制、學術用語、哲學的概念與歷史的知識，更不會開展會刺激觀眾對生活批判的激進形式，觀眾只需要一般的常識，且能毫不費力的享受於其中」(Victor Perkins，轉引自廖金鳳、陳儒修譯，1997)。這點可以從極早期電影仍在默片形式時便可發現，也在那時起，好萊塢便持續地生產投全球觀眾所好的電影。

由於電影製作的條件限制，如資金障礙、製作／發行／映演部門的配合等，電影產品亟需仰賴一定程度的大眾消費以達到基本獲利，所以電影製作很難超脫大眾娛樂的最低形式。Bywater & Sobchack (1997)便發現電影工業受到「給觀眾他們想要的」這項哲學主宰，但電影工作者 (filmmakers) 除非用票房收入證明，不然根本無法確定觀眾要的是什麼，對情況的未知造就了一個視金錢和運氣為成功不二法門的制度與生態。挑選成功的電影劇本憑藉的是和挑選賽馬冠軍相同的「秘方」。於是，如同在任何工業會發生的情形一般，電影是為了謀求利潤而大量生產、銷售的產品，所以電影製作最上層的行政主管不是創作的才藝人士，而是具有強勢手腕的資本家。電影的主要推動力，是獲利動機而不是藝術動機 (Bywater & Sobchack，李顯立譯，1997)。

從製作規模的角度來看起，好萊塢製作費用於 80 年代起急速膨脹，此時期

每一部影片平均製作費用較前期幾乎成長了兩倍。到了 90 年代，平均每部電影製作費用到達二千六百萬美元，而全國戲院聯映的費用為一千二百萬美元，若再加上利息和基本開銷，一部影片從無到有，一直到在戲院上映，最少得花上四千萬美元³⁶，也就是說，平均一部電影得賺上四千萬以上才能回本（這四千萬主要來自電影票房和錄影帶市場）。就是這些驚人的開銷壓得整個電影工業喘不過氣來，成本壓力影響更為深遠的是，它徹底改造了 1990 年代的電影工業，超級大製作電影(blockbuster mentality)掛帥的世代正式來臨（李達義，2000: 135）。其實，真正造成驚人製作費為所謂的線上支出³⁷。我們無須再舉出片酬動輒上千萬的好萊塢明星當例子，現在連名導演們一部片拿上百萬也不再是新聞（超過五百萬的也不在少數），甚至連劇本費用也有達百萬之譜。因此，製作類型化、通俗化商業取向電影以及因應成本擴展製作規模便是好萊塢用來解決藝術創作和資本獲利本質矛盾衝突的方法。

除了由於全球流通管道與技術的稱霸帶來的產品易得優勢，好萊塢產品本身被認為擁有的「通俗性」，也是分析好萊塢電影得以行銷全球的重要方向，當然也是其他國家在製造供給廣大本地觀眾娛樂消費的商業電影時，影響極大的參考單位。但是，好萊塢是怎麼推敲出在全球大部分地區都能被接受的「通俗性」呢？又為何是好萊塢，而不是其他其實更出自本土觀察的國家電影，最了解所謂的通俗性呢？又或者，這所謂的普世通俗，並沒有這麼普世，也不是真正的通俗，而是一種設計推砌出的結果？

本部份整理來自電影內容大眾化以及電影工業製片動機與規模的相關論述中，藉此可以了解，電影製作在好萊塢電影產製中萌芽茁壯、甚至在現在影響著國際化電影產製的走向，因此從好萊塢的角度來了解電影製作的產業化結構，不管是內容、產品形式、還是製作過程等面向的探討，當能提供一個較完整的討論

³⁶ 根據馮建三譯「全球好萊塢」一書，2003 年好萊塢每部片平均製作與行銷費已超過八千萬美元（馮建三譯序，2003）

³⁷ 製作費用可分為線上（above the line）及線下（below the line）費用，線上費用是指演員、導演、製片之酬勞，以及其他在製片進行前的費用，比如說洽購劇本或小說版權。線下費用包括所有器材、拍攝素材和其他酬勞支付（Pincus & Ascher 著，王瑋、黃克義譯，1992: 192；李達義，2000:135）線上與線下勞工的分別，通常被用來解釋文化產品產製時勞力所貢獻的內容分別，Lash & Urry 認為，現今電影製作在上游方面藉由「創意或線上（above-the-line）勞動」（如明星、導演、編劇與製片）成本的分割；在下游它們則透過「技術或線下（below-the-line）」的勞動成本分割，達成了彈性化的要求。（Lash & Urry, 1994）

取向。

(一) 「通俗、透明、高概念」的好萊塢商業電影元素

1. 透明性

爲什麼美國製作的影視節目在全世界支配力量這麼大？不管是在和美國文化相似或相異的地方都是如此，多到讓某些國家已經意識到必須著手限制進口的數量，但是經過測量卻發現這些媒介節目其實卻沒有帶來什麼重大的效果。例如 Kang & Wu(1995, 轉引自 Olson, 1999)與 Kapoor & Kang(1995, 轉引自 Olson, 1999)研究近來被引進了大量的美國影視節目的印度與台灣，其年輕人在態度與信念上的改變。雖然他們採取了仔細的研究方法，但是研究結果還是找不出明顯的差異，的確，雖然美國媒介的吸引力乍看之下十分強勢有變化，但是人們還是能夠輕易的回到自己的生活本體中。Olson(1999)針對這個面向提出了美國媒介具有通俗的「透明性」論點：「因爲其獨特的文化情境混合，創造了一種「透明性(transparency)」，美國確實有著製造並全球流通大眾品味的競爭優勢」，所謂的透明性，是任何一種容許閱聽人投射本地價值、信念、儀式於其輸入媒介，並使用的文本構造，透明性的效果代表了美國文化輸出（例如電影、電視、相關商品）顯示了其容易加入其他文化的敘事結構，這些文化能夠投射他們的自己的敘事價值、神話與意義於美國的傳統媒介，使得這些文本對本地人能產生迴響。透明性的使用使得敘事能夠將原本是外國的神話暗渡陳倉，變的像本地的一樣。

Olson 認爲，透明性確實存在於美國媒介，但是這是在幾個前提之下建立起的結論，例如：

首先，美國媒介輸出支配著世界媒介市場的現勢是討論的要點。這個前提說明了美國影視節目在國際上任何方面都算是極爲成功，重點更在於好萊塢對外國市場的經營³⁸。布希亞(Baudrillard, 1988, p107,116)說：「美國重拾了它的文化與政治權力，但是是一種有特殊效果的權力，它曾經是一種世界級的權力，今日它成爲了一種普世性的模式（商業、市場、自由企業、效能），連中國都不能避免，現在國際性的風格是美國的，美國在全世界有某種神話般的力量，一種基於

³⁸事實上，娛樂產業是美國第二大的淨輸出產業，僅次於航太工業(“the Entertainment Industry,” 1989, Olson, 1993)。雖然其他國家也有算是特殊的娛樂供應大宗，美國在這個產業的巨大規模依然掌控著這巨大而重要的市場。

廣告影像的力量。」這一點其實有許多立場不一的評論，例如之前提過，今日所謂由某個強國領導全球化的說法是不確切的，對於普世模式的定義與掌控也不全然只掌握於集中化的集團手中，但是我們也不能否認，在跨國勢力流動的影視商品，的確是今日的大宗。

第二，一般對美國媒介支配以及觀眾接收這些媒介方式的解釋是不完整的。這點常用來質疑美國影視業的成功的三種解釋基調³⁹，認為它們都無法完整解釋是什麼促進了美國媒介的支配位置。例如物質主義忽視了媒介本身帶給人們的愉悅。布希亞(1988)便提醒我們，美國文化在傷害在地人們同時卻還能讓他們神魂顛倒。這點是批判性的物質論、傳統的政治經濟學或帝國主義在確立跨國公司的存在意義時，不能完全解釋的⁴⁰。

第三，媒介文本本身必須能提供對其全球流行性的解釋（至少是部份的解釋）。其實美國媒介的文本不是全都廣受國際歡迎。不過對任何文本的成功解釋有部份來自對文本本身的深究，特別是用來解釋一些廣受許多文化歡迎的文本。除了能夠適用在其他文化的其他元素外，還和其結構、影像與意識形態有關。Mattelart 等人就認為，從其內容與敘事結構來尋找美國影視成功的原因，是目前許多主要的媒介社會學所欠缺的(Mattelart et al., 1994: 90)。在這裡我們的重點應該放在文本與系統之間的交互關係，以解釋美國媒介的成功。

第四、如果解釋的答案是在媒介文本中，那它一定是大家必須看得到的。這點好像很明顯，但是卻眾多對美國在世界文化的支配角色的分析很少被看到，如布赫迪厄(Bourdieu, 1993)所言，「每個藝術作品都是該領域的整體證明，不論是領域中的權力，及所有在結構與功能中的固有決定因素，都集中在此。」若布氏所言為真，最好解釋美國媒介全球性成功的方式，便是從其影視節目中尋找。且我們必須記得的是，文本不只是中介的物體，更是讀者與作品的交會之處，也就是要重視觀眾和文本所建立起的關係。

³⁹ Olson整理出了幾個典型的解釋觀點，如：一、**物質主義**，基進地將現象歸因於經濟霸權以及對在地產製的剝奪(Mattelart, Schiller, Tunstall)，二、**傳統的發展觀點**，利用Lerner與Schramm的主動閱聽人觀點，認為美國影視產品之所以受歡迎是因為其他文化追求著超越美國的生活方式，三、**讀者的反應與接收**(Iser, Jauss, Ang)，認為讀者有能力主動授權大眾傳播的閱讀。

⁴⁰ 發展觀點雖然重視人的主動性，卻因極度忽略其情境分析而顧此失彼。反應與接收觀點雖然提醒我們了解觀眾的詮釋狀態，卻無法真正系統化地描述閱聽人究竟如何詮釋。

最後，Olson 認為分析美國媒介的國際性流行必須找到其美國文化的創始根源。這是或許是一個更受爭論的前提，因為要找出一個文化的文本與其起源的連結是十分困難的，或許還充滿陷阱，不過產品的確承載著文化製造的證據。不論影響是好是壞，透明性的現象加速了後殖民文化零散而不連續的開始。好萊塢透過透明性的使用深蒙其利，且變本加厲地在電視節目與劇情片的製作上利用之 (Olson, 1999)。

今日被認為大眾化的媒介文本設計，Olson(1999)觀察認為它們都是為透明性所驅動。到後來，如 Smoodin(1994)所指出，了解「這些特定文本的意義是什麼」，其實不是這麼重要，該問的是「這些意義在誰身上有用？」及「這些意義如何在這群和那群觀眾之間變化？」當不同的閱讀透過同意（甚至鼓勵）從屬的觀點發生了，透明性的媒體便增加了他們的市場佔有，然而，似是而非地，在獲得了這些額外的營收之後，他們也以混種的形式鞏固了本地文化。

作者、文化與生產技術，是具有的透明性文本產製時要面對的三個影響來源 (Olson, 1999)，作者包括了作者論研究等，雖然僅透過研究作者了解文本是有問題的，我們也不能否認電影其實還是一個集體作品，可是我們仍無法忽視有些導演為作品帶來的明顯風格。

文化的影響方面則可以類型研究為例，因為類型指導了在一個文化之中要在多個文本中呈現什麼。類型中洩漏的是在意識形態上，道德上，敘事邏輯上，對這個社會重要的東西，也是這個社會讓這樣的類型出現、存在的。在每個文本中，都存在著作者與類型間的衝突，類型將文本定錨於文化並確保其意義，作者同時卻試圖將文本變的獨特。此外，電影內容的類型化 (genre) 最能說明，電影作為一項文化商品必須依循一定程度的產製原則，以符合藝術創作之外，來自電影工業本身的諸多商品化要求。Ryall (2000:104)對好萊塢類型的分析中，認為不管是歷史取向或是理論取向的類型研究，對類型的社會與文化功能都是討論重心，然而，類型更代表了一種政治知覺，是一個資本主義者轉化意識型態以達到市場流通穩定的機制。

第三個影響來源，也是任何敘事創作時要面對的考驗，便在文本形式本身，部份要素便在於其獨特的技術特質。例如史帝芬·金(Stephen King)的《鬼店(the Shining)》不會是庫柏力克(Stanley Kubrick)的《鬼店》，當然，這個例子除了技

術上的差異也牽涉到作者的不同，不過形式的不同的確可以解釋這兩個版本的差異，因為不同的媒介特質極為相異，不只是內容的轉化，也關係到觀眾的接收 (Ellis, 1992)。這些技術上的差異，讓 McLuhan(1964)認為作者與類型在「媒介即訊息」的科技觀之下變得一點都不重要。McLuhan 科技決定論的說法或許可議，不過也提醒了我們科技的重大影響力。總之作者、類型與技術給予了文本的外貌：是文化的產物，也選擇了以特定的語言提供敘事；類型是文化的部份形式，正如其產品，文化則對它提供了敘事的理論；技術也有著文化的因與果。這三個角度的分析與連結都需要深層的研究，也是思考全球媒介時的複雜問題，例如，雖然美國人不見得完全佔有全球電視市場，但是支配某些市場的在地企業也在產製類似美國節目的節目，加入或複製基本的美國類型。在東亞的中國現在就在試圖這麼做(Olson, 1999)。

透明性說明了美國文本的深層優勢，也強調其他各地的在地文化其實也在支持著這樣的透明性；而非美國一廂情願的宰制，不過 Olson 也引用 Porter 的競爭優勢(competitive advantages)論點，認為今日商業媒體全球發展之下，好萊塢因其符合所謂的「通俗透明性」，作為全球影視體系的頂端，所以是合理甚至有正當性的，且因為各個文化具有的詮釋特性，這樣具透明性的通俗文本，也應該為其他文化所採用。

這個看法卻涉及了影響與定義的問題，我們知道這裡談的透明性文本的確正在全球大部分地區流動，且被採用，但是不代表這樣的通俗是真正的通俗，更不能忽視這樣通俗的透明性所具有的文化影響地位，也不能拿來說明流通全球的文本其實對在地觀眾沒產生什麼大效果，他們的確仍有所影響，只是以一種和主流假設不同的情況存在，例如：文化改變的過程其實是比一般所預想的要慢，因為它涉及了附著並擴大新的、移植的影像及隨之而來的記憶。其次，改變的過程在因果性其實是和一般人所預設的想法幾乎相反的：「在地文化也是主動索求、協調的，不只是皮下注射般地被動接受。(Naficy, 1996)」。閱讀透明性的文本也是很在地的事情，不過其視覺與聽覺線索都是遷徙而來的。隨著時間經過，這些新式影像變得熟悉、自然，且真實，就像他們所取代的那些舊式影像一樣，其結果是一種全新、處於縫隙之中的，但決不是美國的或美國化的，不過對於這些文化來說，所謂的全球性、透明而通俗的文本，確實仍是一個外來、不盡然原生的媒

介形式，產生的影響也將更須釐清。

2. 更在商言商的「高概念」

在通俗性的「普世」論點之外，從極大化利益的全球商品化這點切入好萊塢的電影製作，說明了電影產品作為文化原料加工而成的商業性成果，在其利益來源評估難以掌握的風險脈絡下，出現了對內容產製上的許多具有「創作之外」的限制，從好萊塢工業體系藉由最典型的類型及其主題象徵的建立，先與觀眾建立觀看習慣的連結，製造了許多內容與範圍類似，觀眾卻能持續接受的影片，建立的方式可能有題材的選擇、風格的建立以及明星制度的運用等等，其中還包含了對意識型態的輸出，讓消費者同意類型精神，進而對某類型影片產生固定消費，加上市場上其他媒介文化的支援，能夠達到某種霸權或文化支配，如此固定消費的行為，便是電影商品化的最大目標。在這些某種程度上脫胎自藝術，卻不符合藝術的獨特創作精神的類型化電影產製，在高度工業化的好萊塢電影工業尤其重要（Kellner, 2000）。此外，續集電影、到近年來為好萊塢商業電影製作採用的「高概念(high concept)」原則皆是商業考量的愈形外顯，或許電影的製作可以在這些所謂的「限制」之下，在美學、技術等內容層次不斷地作創新或突破。

高概念的製作取向大約出現在 70 年代，當時是美國電影的「後古典時期(post-classic period)」的後期，電影製作走向開始參考其競爭對手——也就是電視節目——對於觀眾接受度的商業考量模式，高概念就是一個起源於電視與電影工業的製作策略⁴¹。Wyatt(1994)以「the Look, the Hook, and the Book」一句扼要地解釋何謂「高概念」。所謂「look」便是一部影片的賣相，其中可能包括了視覺印象的吸引力（如故事、明星或與流行的契合）⁴²；而「hook」則是講求有充分的市場商機，具有暢銷前例(pre-sold)可循的製作題材自然具有一定的商機⁴³；

⁴¹ 後古典時期指的是美國電影工業在片廠制度於 50 年代起，面臨法規限制與電視競爭而漸趨沒落的時期，在這段期間電影工業面臨新的媒介整合，除了獨立製片的興起，也有更多新導演出現，帶來了新的製作方式與風格。另一方面，電視節目為迎合收視觀眾的胃口，會針對製作內容做出分類，電影製作在獨立製片興起後產量增加，也必須做出類似的分類工作以便行銷推展，具有高概念特性的影片，因為觀眾接受度高，所以具有穩固的票房回收實力，自然成為製作業與資方都喜愛的主要製作類型。

⁴² 電影海報與宣傳文宣便是一個展示電影賣相的最好媒介，由海報版面的配置與宣傳文案其實就可以辨別出該部電影是高概念電影還是低概念電影。

⁴³ 許多改編自暢銷文本與媒介的素材，如音樂劇、小說、電視影集等，被改編成電影版本，便是製作人認為該題材有一定利基，在觀眾接受度上具有穩定性，自然符合高概念高行銷度的考量。

「book」指的則是電影文本簡單扼要的情節主軸與劇情鋪陳，以求大多數觀眾的理解與接受，以這些「高概念」的標準來看，許多具有高度藝術價值、但可能曲高和寡的藝術或實驗影片，自然是製作單位眼裡不易賺錢的「低概念(low concept)」影片了。也因為高概念取向高度商業考量所帶來的利基，近幾十年來的主流電影製作，幾乎都是高概念影片的天下，學者並相信，高概念不會只存在一段時期，而會一直持續下去(Wyatt, p190)，而其符應的商業電影製作走向與市場導向製作思維，也會持續在電影工業裡成為主流。

「高概念」的存在，說明了以商業為取向的電影製作，的確影響了電影文本在敘事與風格等方面的走向變化，以及好萊塢市場結構上的改變電影製作的影響(Wyatt, 1994)。商業電影的製作成品，其商品操作的比重往往大於創意的開發與試驗。作為一個文化原料轉化來的電影成品，其商品化的本質仍是令其逃脫不了生產體制的控管及制度化；加上電影製作的高成本呈現了一個互為因果的循環：明星的身價大幅提昇了製作成本，這樣的成本讓投資人更為保守、更公式化的為影片尋求票房保證，而所謂的票房保證恰好是為明星量身打造了頂級的身價(李達義, 2000: 135-38)。不過，若以比較正面的說法解讀，先不談好萊塢在產權或發行層面的強勢獨佔，好萊塢或「傾向」好萊塢的生產體制，其實也透過了對掌握市場口味亦步亦趨的「商業取向」，提供了電影新形式另類的嘗試機會。這也是文化與商業矛盾關係的典型寫照。

高度商品化訴求的產業結構造成一系列現象：一方面在數據上，好萊塢電影公司獲利報酬率越來越低；另一方面，許多電影的工作者，包括明星、導演、編劇和一群各式各樣的經紀人開始賺取越來越多的報酬（這也連帶提高了影片的製作成本）。從 50 年代起，美國電影工業的片廠制度受到派拉蒙判例(Paramount Decree)的法規限制以及新媒介（主要是電視）競爭等方面的影響，開始面臨體質改變，主要的電影製作佔有率幾乎為獨立製作取代，原有片廠轉為製作少量卻成本甚鉅的巨型影片(film spectacular)(Aksoy & Robins, 1992)⁴⁴，在這些鉅片可能帶

⁴⁴ 針對獨立影片從 50 年代起，在市場的出現量開始大於主流片廠的過程與說法，Aksoy & Robins 是引述 Stroper & Christopherson 對美國電影工業後福特專殊化轉向的論述，雖然 Aksoy & Robins 認為 Stroper & Christopherson 所主張「這樣的轉變是多元的正面結果」抱持著質疑的態度，畢竟他們的說法常忽略掉了娛樂企業的產權與發行網絡的掌握其實立意依然不變，所謂的獨立也不盡然是真的獨立。不過 Stroper & Christopherson 所觀察的獨立影片製作興起，的確是影響美國電影工業一個不爭的現象。

來的高票房下，其實也有著巨量的成本抵消，這使得原有的大型片廠只能所能賺的淨利越來越少。60 年代，好萊塢大製片廠出品的電影的邊際利益(the profit margins)是百分之三十至百分之五十之間，也就是平均每部片可賺百分之三十到五十，80 年代，這個數字降到了百分之二十，若取平均數則在百分之八到百分之十五。這樣的變化反映了電影公司經營的困難與挑戰，若再考慮電影事業高風險的特性，電影的製作方向因應了市場商品越來越多（有來自主流片廠，且又有更多的獨立影片）、商品壽命越來越短的情形，好萊塢必須找來更具利基的製作元素（如類型故事、明星名導等），並且輔以大量的宣傳策略以求在短期內獲得最高的市場銷售，這些因素都使得好萊塢的電影製作成本越來越高，也出現了 90 年代好萊塢天文數字的製作費與電影製作路線愈趨單一化的趨勢（李達義，2000: 139）。

這裡所提到的製作路線單一化的趨向，其實就是所謂高概念製作方向的採用，從 70 年代起，好萊塢影片開始在既有類型之上在發展更具商業利基的製作路線《大白鯊 (Jaws)》(1975)創造了前所未有的票房、以及與票房與周邊商品接連大賣的《星際大戰 (Star Wars)》(1977)，這些影片的票房在當時都具有破記錄的可觀成績⁴⁵，這些影片的成功慢慢建立了高概念的製作模式，在跟隨既有成功片種並圖求新意的傾向下，大型製作的高概念影片成本節節高升，加上投入鉅額的行銷手法，大型電影的（甚至獨立製作公司集資的大型影片）製作路線單一化的生態也逐漸建立。而許多在 60 及 70 年代隨著獨立製片興起的實驗性與前衛導演（就算藝術地位崇高如馬丁·史科西斯(Martin Scorsese)以及法蘭西斯·科波拉(Francis Ford Coppola)），都必須透過高概念元素的運用來證明自己在商業電影的製作能力，進而保障自己在業界繼續被採用的可能(Wyatt, 1994: 191-94)。以商業為取向的電影製作，強勢地影響了電影文本在敘事與風格等方面的走向變化、導演的個人掌控也在製片經驗與掌控層面較深的背景下，往往只在形式風格的展現，以及累積個人聲譽的目的，也說明了好萊塢市場結構上的商業類型取向，影

⁴⁵ 《大白鯊》一片是美國近代影史上第一部票房破兩億的影片（而且票房高達兩億六千萬美元），也是當時(1975)年的影史票房冠軍，後來 1977 年的《星際大戰》也有衝破兩億一千萬的驚人成績。

響或改變了電影製作高概念的專一化走向⁴⁶ (Wyatt, 1994)。

(二) 好萊塢化的強勢電影製作

從上部份所提到的高概念與類型化電影內容製作在好萊塢在製作時的典型方向，推演到電影工業的產製人力結構，資方企業企圖以例行性和規範性的創作原則（例如類型電影）來約束藝術創作者，其相悖於藝術創作中相對自主的原則，為的乃是獲利的保證，因此可以看出，電影產製當中，製作部門往往是文化創意商品雙方矛盾的主要戰場。

在高度不確定、高度風險需要掌控的情形之下，電影工業作為一個文化產業，需要有一個不同於文化商品最核心的藝術創作之管理階層，以解決上述有關電影製作經濟面上的種種問題與矛盾。此階層並不是完全的資方企業，他們必須為企業主們（真正的資方）提供整體規劃方案，並執行管理規劃，讓該項產品的製作得以實現並運行，更進一步將電影商品所具有的高不確定性以及風險降到最低，並使流通與價值實現可能性最大化。其中包含許多不屬於藝術創作概念，卻屬於文化商品的必要手段，如藉由以新技術再建構製造方法的方式改編藝術作品、大量化的生產，以及規劃商品壽命曲線以整理行銷方法策略...等，這些都需要管理階層作主導或參與的工作。

就屬於半私有財的電影工業來說，勞動成本偏高又難以化約，且以電影和其他娛樂文化產品一般有生命週期的考量來看，電影必須立即地引起市場注意以匯集觀眾，此時，電影產製便急需管理階層——也就是製作人——在產品製作前期收集足夠成本（包括經費成本與人力成本）、確定電影產品的發行單位；並在影片完成後從事與發行業協調關於宣傳和通路規劃的工作，在這種結構的商品構成中，管理階層所需負責的產品流通，相較於藝術創作者階層（包括了導演、編劇、演員...等）自然面臨更多方面的責任（例如來自資方、資本主義原則...等）。

在我們將電影製作的討論面向從商品屬性拉大到製作活動的規模，製作人的位置意義將越形明顯，尤其是現今全球化風潮下電影工業越來越重視的跨國聯合

⁴⁶ 也正因此，許多電影評論者針對高概念當道的當代美國商業電影，常常宣稱這樣的單一化走向，導致了「創意已死」(Wyatt, 1994: 13)。

製作。現今各國電影工業試圖利用跨國方式的電影製作，對幾十年來蠶食鯨吞本國電影市場的好萊塢美國勢力做出反擊，但某方面卻引起了另一種好萊塢模式「複製」的爭議（Miller et al.，馮建三譯，2001:156）。不過有關文化侵略或傾銷等相關批判論述，本部份不再贅述，我們更想討論的是，在好萊塢藉由發行網絡及產權的深度建構之下，其「好萊塢化」的電影製作在哪些方面展現了強勢的影響力量。

好萊塢電影除了上述的風險存在之外，亦曾面臨到流通環節的歷史問題。前述指出文化創意產品極度仰賴其他文化機構的推波助瀾，才得以創造消費的可能機會，電影更因此形成以製作業/發行業/映演業為整體的產業結構。好萊塢八大片廠制度首先在 1950、60 年代，因為電視媒體的出現，導致電影票房下滑，出現「好萊塢將死」的危機。當家庭錄影帶、有線電視和付費頻道的出現，衝擊到全美電影院業者，重構整個電影工業。多元發行管道幫助了製片商，讓製片商的收入增加。此外，隨著放映環境的改變和廳數的增加，電影需求量也隨之提高。多元的流通環境和主/次級市場要求條件不同，Wasko(魏均譯，1999)的著作觀察指出 1990 年代票房成績成為電影未來一年收成如何的指標，換言之，映演期間有高票房，則有線電視和錄影帶市場就愈受歡迎。這些原則促使好萊塢大型公司在 1980 年代著手整合併購映演市場，其目的不外乎是為求完整控制自己的產品，一旦有了電影院的所有權，就可以好好培育自己公司的電影主動建立觀眾群，其後更整合兼營發行業務，好萊塢大公司們成為同時佔有製作、發行與映演部門的巨型電影事業集團(Wasko，魏均譯，1999)。

以美國為最初發展基地的好萊塢電影工業，在本身生產體制的規模化建置下，展現了高度的商業競爭潛力，然而在創意重製開始出現貧乏，或是美國市場已不能滿足該產業的經營規模等影響下，好萊塢開始將其標的放在全球的格局，不管是流通發行管道的無遠弗介，還是區域人力的生產整合，好萊塢某方面來說不再只是來自美國的電影工業，而是全球電影工業的分工頂端。本文之前提過的 NICL 論點認為，現今的好萊塢是全球的，好萊塢趁著全球化的自由經濟浪潮，並憑藉基於資本邏輯的著作權法規在全球法理情境的被採納，現正在全球的影視市場盤據主導的地位，以 NICL 的概念解釋其生產層面，更可說明其電影產品的製作拉大到了全球性的跨國脈絡，其中牽涉了好萊塢在進入彈性專殊生產模式之

後，所進行的產品分化和垂直解體，將電影類型的製作以契約的方式外包給獨立的製片人，在分散化促進的跨領域發展之下，專殊化的製作公司能彈性地提供勞務，全球各勞動市場集合多樣的技術（甚至創意）勞力，並藉此建立高動態的製作部門與制度化的基層設施，其中更包括了以契約為基礎的跨國和製行為、藉由區域組織影響國家開放政策，甚至是透過行銷網絡對觀眾的「監理」，讓生產、流通乃至消費，經由好萊塢建立的分工體系，成為分工流程中的一部份（觀眾也不例外），這便是新國際的文化勞動分工。

以 NICL 為討論點來闡述好萊塢（或好萊塢傾向）的製作規模的勢力養成，甚至是解釋現今在國際電影工業方興未艾的跨國合製風潮時，提供了一個描述全球脈絡下電影工業的面向。雖然將好萊塢置於分工頂端的說法有簡化動態之虞，面對 NICL 提出的許多論點，我們更值得注意的是，不只是好萊塢，全球的電影工業都面臨著一個議題：跨領域的經濟力量所帶來的電影製作規模與階層結構的重整。自由經濟的發展促使各國家的本國產業必須走向往外發展之路，而與文化相關的媒體事業，往往迸發明顯而激烈的衝突，這樣的現象在國際電影工業的討論已是屢見不鮮。我們或可將之解釋為前面所提的資本家／藝術家矛盾衝突的放大，在其中，好萊塢的確佔有極大的影響力。至少其分割化、層次化的製作走向，的確影響著國際電影產製的模式。

McMurria(2003)在以合資趨勢解釋 NICL 的現勢也提到，跨國的區域整合為對好萊塢帶來的大量商品做出競爭，便開始採取合資合製的方式，企圖製作出能與好萊塢一較長短的電影商品，結果或許真的在票房上有所斬獲，不過其製作方式、內容風格，都有著另類的「好萊塢」影子：類型電影的出現、製作規模也採分割化外包的製片製作，甚至影響到國際集團的整合併購（Miller et al.，馮建三譯，2001）。McMurria 也提到了「跨國製片人」的出現，在多國合製基金與多國人才的分工現勢之下，製片人以跨國的脈絡來說，更凸顯了其對電影製作的影響，因為電影製作的資金籌集、人才招募、及製作過程之中人、事、地的協調，在多國進行的脈絡下，將提升到更複雜的層次，而這正是製片人的典型職責。

本部份以好萊塢的諸多特性出發，藉由電影商品化觀點，以及全球化脈絡的國際分工觀點等層次，在矛盾和風險性上作電影製作面的基本討論。透過對好萊塢的典型模式在製作層面上的了解，也彰顯出電影產製勞動關係中，管理階層是

其中不可忽視的切入點，尤其當產業的資本與生產規模愈形擴張，其中的勞動層次必須隨之建立更明確、更有效率的結構，這都依賴管理階層的運作和規範，其重要性也越突顯，所以，管理階級（製片人層次）的興起在文化產業和商品化的過程中，是可以理解的，因此，下個部份便著手討論管理階層在勞動與控制當中，如何發揮該角色所具備的功能。

電影工業的本身特性，重點將放在製作環節：電影工業其製作、發行與映演三大環節，其實環環相扣，不過製作環節總是最初的階段，在現今電影工業已成為娛樂工業的大宗，相關企業也開始將工業化的經營模式灌注在電影工業這整個原本是接合科技與藝術的這個媒介產業之中，也形成了一些組織上的特點。本部份以前面提過「個案取向」為基礎，初步整理了幾點電影製作工業的特性。

從個案導向的角度來看，電影的製作過程，在組織上有下列特點：製作的策略往往重於製作企業體的形式、製作的過程與結構，以及資本的投資都是暫時性的、製作過程中大部分人力常常處於待命狀態（idleness）、製作過程以及工作內容往往牽涉了師徒制的人員分配與雇用⁴⁷，以及職業的可動性反而帶來了產業的穩定⁴⁸。（Defillippi & Arther, 1998）

再從職業的角度來看，製作公司獨立存在的現象，也使得該工業出現了兩個類型：多從好萊塢大型片廠取得製作資金的核心類（core groups，應該就是所謂的大型主流電影製片）和以獨立製片人或不固定資金來源的外部組（peripheral groups）。依其核心或外部的的位置差異，其電影製作的習性也會不同。

1. 管理階層（製作人）、線上勞動與線下勞動的層次差異

以文化產業析論電影工業所存在的結構時，Ryan也指出，電影在商品化的範圍中，屬於「半私有財（Quasi-private goods）」⁴⁹。電影在技術上是無法供個人

⁴⁷ 現今的電影人員訓練，常通過學院制度的培養，但是透過必要的實習，仍證明師徒形式的電影勞動工作技能培養仍是無法取代。

⁴⁸ 因為勞動人力的非固定使用（即有別於早期片廠時代的簽約僱員關係）所帶來的製作彈性與可能性，對於創意的激發與新形式創意商品的電影工業產製其實更有利。

⁴⁹ 半私有財製作為消費商品，但其作為文化產品的問題之外，由於技術形式方面的限制，這類產品也面對了流通循環上的特別問題。對半私有財的投資者來說，投資獲利、再製產品的唯一方式，便是讓其不停演出。電影在許多半私人場所（如戲院）連續放映或展示變成電影必要的獲利來源，這便建立起了屬於半私有財中的製作人-展示者的關係，基於這種合作關係，半私有財的價值實體化系統才能成立，加上發行體系加入運作擴張製作規模及回收空間，屬於生產半私有文化

或小眾消費使用的。從 20 世紀初至今，新型電影技術的發明擴展，鼓勵了資本家對電影事業的投資，儘管從片廠制度以來引進了技術合成和勞力部門的觀念，電影本身還是包含了極高的勞動價值與勞動密集度，製作成本的昂貴程度使得該產品不能製造給個人擁有⁵⁰；因此，具有出資位置的一方，等於對電影的製作有著極高的掌控能力，也透過具有整合整個製作方案的製作人作為管理階層，確保電影商品有效率的策劃、製作與回收。

簡單地說，每部電影，基本上都在創意與管理人才的帶領下，做人力的集結，以及各取所需（訓練職業能力、個人品牌信譽資產等）與合作進度（在經濟與創意雙方管理人與由上至下的合作過程，力求效率與創意並重）同時進行的結構，不過，特殊的勞動現象，也在這樣商業與藝術交錯中出現，例如：提供創意的勞動人才被矮化的情形必須被減輕（或是被掩飾），然而較具技術性工作內容的基本勞工，卻沒有這樣的前提。

電影工業及其商品的特性解釋了商業電影在市場需求而出現的大型規模製作下，是個需要高度勞力投注的過程，這可以從一部商業影片的分工細緻的製作部門中可以看出。然而高密集程度的勞動力，自然也存在著勞動力的上下層次，更需要製作人所代表的管理階層對製作的培養與拓展。勞動層次方面，以Storper與Christopherson對美國電影工業的研究分析為例，當時的電影工業在面對四零年代以來電視的競爭與電影消費的下降，便透過電影製作商的分割以達到營運成本的減低（Aksoy and Robin, 1994）。電影消費下降影響了製作的頻率，它們是如何達到彈性化的？Lash & Urry認為，在上游方面藉由「創意或線上（above-the-line）勞動」（如明星、導演、編劇與製片）成本的分割；在下游它們則透過「技術或線下（below-the-line）」的勞動成本分割⁵¹，達成了彈性化的要求。這許許多多的分割便成為了現在電影院、片廠、電影資料館、攝影、音效等裝備與工作單位上的分別，同時出現在管理單位的分門別類，彈性化分割的生態出現在電影製作的籌拍、前製、拍攝與後製階段中，各個工作單位的工作範圍與契約關係上(Lash & Urry, 1994)。然而，許多發生在勞動層面的問題，正是發生於由上而

產品的電影工業，便以製作業/發行業/映演業的架構存在，此象便象徵文化產品的推廣過程大量依賴其他機構的配合和推廣，也順帶提高了文化產品的風險。

⁵⁰同樣地，重複放映技術（即放映業）也是所費不貲，複雜且容易受到破壞。

⁵¹就Miller(2001, 馮建三譯)的解釋，線上與線下勞動或許著重的不同點就在於譯者所翻「勞心(talent)」與「勞力(craft)」的差別，而文化性內容所著重的，自然是勞心層面的創意賦予了。

下的勞動層次，以及製作人的管理位置以個案發展為重的前提之下。

製作業中的勞工，因其工作內容的創意可替代性，可粗分為線上線下，這樣的區分，也造成了勞動條件上的分別，除了與線上勞工的勞動條件不同，線下勞工還必須接受管理階層（製片人的角色）的控管與選擇，管理階層常代表了資方與勞方的中介斡旋，但是仍以影片完成與獲利平衡為主要原則的製片人管理階層，或許與資方完全利基取向的立場不同，但是仍對勞工的選擇還是因重視效率而忽視機會均等，多將重視焦點放在線上勞工的選擇與協調，對於替代性高的線下階層，似乎並不是很有利，這在現今許多全球化資本流動下投資個案的跨國勞動中，往往還夾雜著對較廉價的勞工進行利用、剝削，同時造成較高勞動成本地區的勞動人力工作機會喪失的情形。

2. 全球化下的跨國電影製作勞動配置

同樣以美國電影的例子談起，電影製作國際分工利用的文化接近性、外地政府提供的政策與匯率優勢、加上勞工階級國際主義無法伸展，加上線上層級常常掌握高技術以及創意產製的核心能力(core competency)，一種被稱為「外逃製作(runaway production)」的製作方式，在 1960、70 年代起，便藉由獨立製作人以及投資者的力量，從好萊塢出發、美國電影線上人才主導，在全球各地展開電影製作，而開始留給美國基層勞工更少的工作機會卻少有力抵抗 (Miller et al., 馮建三譯, 2003)，而迪士尼的動畫電影製作，便是很好的例子。根據 Wasko(2001, 林佑聖、葉欣怡譯)對迪士尼運作的描述，迪士尼利用政治影響力及以對其他國家帶來投資機會為由，拓展全球性的娛樂事業。其中對於國際勞動力的開發，迪士尼正如同其他的跨國公司，將商品生產移到海外進行，以獲得廉價勞力以及較低的經營費用。然而在近幾年隨著全球化腳步的加快、迪士尼從勞動力得全球分工中獲得越來越多的好處，反而使得非技術性以及創新得勞動力問題越形嚴重；更何況迪士尼跨出國外的進程之中，便一直在損壞本來為迪士尼工作的美國本地勞工：迪士尼藉著華特迪士尼招牌的塑造削減了動畫工作人員個人聲望；外移的製作更是搶走了他們工作機會。此外迪士尼旗下企業工作的細密分化也使得工作人員替代性提高，且削弱了與資方抗衡的團結力量（如工會組織往往效用不彰）。

Nielsen(1983)對美國工會組織的分析中談到，雖然電影工業的製作成本不斷增加，但技術勞工(Craftmen and technician)的花費卻從早期占總製作成本 5%上

下，面臨降低的趨勢，因為製作花費多增加在如昂貴的演員費用及製作人的創意開發上(Nielsen, 1984)。將美國的商業電影製作拉到跨國合製的狀態來看，在全球經濟體系中，好萊塢出現了上升的軌跡，建立起中央、半中央和邊陲地理的貿易地帶，各自創造了勞動專殊化的上下階層，在電影商業市場的國際競爭與國家推動之下，各國影視娛樂工業都認為國際合製的正面功能，希望藉此抵擋好萊塢的支配，參與的國家宣揚自己的資源，希望加入各類合製計畫，打造更具國際訴求的影視產品，因此各國藝術文化政策，也就對跨國合製能夠帶來的文化產業活力抱持正面歡迎的態度，但是本國文化再現可能受的影響之外，合製結構也對勞動分配帶來問題。Miller在對歐盟電影政策對合製推動措施分析中指出，這些影視政策對串連藝術與市場的文化勞動者有著待遇上的差異⁵²，線上勞工因為具有高度的創意提供彈性，在政策補助及合製案件推動時，總是受到良好的待遇；相對之下人數其實更龐大的電影工作者受到許多限制(Miller, et al., 馮建三譯，2003:150)，這些勞工因為工作的可替代性、地理的場所限制、加上國際貨幣波動導致的勞動成本比較等因素，線下的電影製作勞工往往在跨國製作（甚至在好萊塢主導的外逃製作）中陷入權益與競爭的弱勢。各國的電影政策往往都忽略了像勞資流動對等這類應該重視的問題。



⁵²以歐盟獎勵補助合製電影的「歐洲影像(EuroImage)」為例，其審查方式採依據歐洲影視合製規章的點數制進行，決定各申請案的電影是否具有歐洲屬性，在決定投資與否。點數依據製片人員的生產位置將個別文化勞動者的價值，作加權處理。如導演、編劇、主角等就可記三點、主配角有兩點，技術勞動者如攝影、錄音、藝術指導等，都得一點。然而人數極多的螢幕基本工作者作多只能因其間接與生產、後製場地有關係，頂多兩點。這樣的點數制度之下，有些其實是好萊塢片的個案，卻可定義為歐洲片，如1997年的《第五元素(the Fifth Element)》。(Miller et al., 馮建三譯，2003: 148)

第三章《雙瞳》：台灣商業電影製作的全球化

第一節 從台灣的製作產業脈絡談起（到 2000 年）

當討論到台灣電影工業的概況時，會發現台灣目前的處境是受到歷史脈絡以及區域發展的局勢所交互影響的。從早期國民政府遷台以來，其高度控管的電影政策一直影響著台灣電影工業結構的發展，影響所及，即使時至已是電影市場開放的狀況的今日，本土電影工業（尤其是製作業）依然受到早期環境因素的影響，當然也有隨之並存的發展限制。

一、受制且被動的製作脈絡

台灣電影工業在早期的發展，被形塑成具有極高的工具性，政府從特種營業將之定位並具有意識形態考量（如作為宣傳工具）規範其運作，娛樂取向與意識形態控制製作方式所建立的電影市場進口導向（魏鈞，1994）。其形勢發展數十年來，讓台灣的電影工業的發行與映演環節先行持續成長，並在電影工業的發展下佔有優勢，相對地，製作業在以發行業為中心的產業結構中，常常處於被支配的位置，其實對台灣的電影工業每一進程的發展帶來了非正面的影響（魏鈞，1993）。到了 1980 年代，解嚴與經濟發展等氣氛下，大眾消費社會現象產生的娛樂化、商品化等進展，一方面使得技術進展快速的美國與香港影片持續佔有台灣電影市場，一方面也讓固有形構下的台灣電影產品面臨考驗。許多針對台灣電影發展歷程所作的研究也發現，台灣的經濟一直採取中小企業的經營角度與思考格局，電影業受這類的影響很大，業者常常依照政策提供的環境做短線的操作或缺乏持續經營概念（盧非易，1998），同時也以「小成本、低風險」的路線作為主要的製作方針（李天鐸，1994），這點可以在台灣本土生產的電影類型常常出現跟風的趨勢，並迅速耗弱其類型生命的情形，可以推知一二。

以發行業為主以及缺乏整體經營概念的多重影響，也出現在同處華語影片市場之下，香港電影對台灣市場所具有的強大影響。香港影業與台灣的關係，依從早期的經由政治附和以爭取市場、到開始有原屬香港的人才來台探路（如李翰祥

開設國聯、胡金銓加入聯邦、甚至 1980 年代初新藝城在台成立分部等⁵³)、片廠大型製作攻佔台灣國語影片市場，到 1970 年代香港片廠制度沒落後，新藝城主導的獨立製片影業生產，台灣在這段關係中似乎總只是被動的位置（或以資方形態投資僅求獲利；或以跟風方式拍攝低品質的類型影片）。從 1970 年代起，香港不但取代了台灣影片的海外市場，其成形且具規模的產業結構也讓其電影工業產量總是華語影片市場的翹楚⁵⁴。台灣對現今香港電影工業形態成形有不少正面影響，但是台灣電影工業似乎並未真正從這段發展關係中得到結構面的更新，仍然在發行業短視利益取向主導、映演業受控限制獨立市場、製片業跟風搶錢的生態裡浮沈。

在 1970 年代晚期起，隨著經濟形勢（如 1970 年代起的石油危機）的改變，台灣電影發行兼併製作的情形有了改變，曾經存在的大片廠大公司型式（如之前的第一、聯邦，以及中影）都因應經營困境而減少製作業的參與比重，小型公司比例暴增，合作投資情形風行⁵⁵，這類趨勢原是因應風險分擔與減低營運成本而生，不過這樣的情況發生在台灣電影，卻無法提升原本便低劣的電影品質，無法擺脫發行業主導市場所帶來限制，這時的台灣電影在成本與市場仍然沒有把握拓展的機會，缺乏規模與創意的跟拍型式依舊，生產的影片無法與港產電影競爭，缺少整體規劃的合作投資只是徒增生產業的不穩定，也使得這時期暴增的製片公司在 1980 年代又大量倒閉。不過比較正面的是，這段期間的低成本獨立製片某方面也提供了新創作人才的拍片機會⁵⁶，也使他們成爲了下一時期台灣新電影製片業的主流力量。

⁵³ 1970 年代全盛時期的新藝城也在台灣成立製作分部，先後由虞勸平、張艾嘉擔任總監，支持萬仁、柯一正等台灣導演，爲期不長的經營卻深深影響了台灣以導演爲主的經營形態。（盧非易，1998），但外來公司的力量卻無法真正提升台灣製片人的整合實力。

⁵⁴ 對香港電影工業來說，明星制度的建立、片廠制度的興起、院線經營的策略、海外市場的合作經營產銷、電影電視的互補、市場的自由競爭，以及晚近專業經理作風的獨立製作人制度興起，是 1970 年代香港電影能提升轉型的幾點關鍵，（詳見盧非易，1998）但是反觀台灣電影，在彼方正經歷一連串接購上的變動時，本地的製作產業仍受發行業主導，以及政府法令始終與政治工具取向處理電影政策，對於電視等新媒體的競爭也缺少因應動作，更導致人才消散。切現象都帶着台灣電影朝著此消彼長的局面。

⁵⁵ 例如台灣類型影片的重要導演李行，和他的大眾公司在此時期製作的影片多是以個人接拍的型式，生產了許多瓊瑤影片（盧非易，1998），也有許多其他導演自組的公司跟進。在瓊瑤自組公司拍攝類型影片後帶出的更大量類型跟拍，也該類文藝愛情片的製作越快走下坡。

⁵⁶ 如台灣新電影時期的重要人物侯孝賢、陳坤厚都是此時期初試啼聲。

1980 年代電影工業面臨全球性轉型時，中小企業型式影業面臨經營的危機，主流電影失去方向，台灣新電影導演亟欲突破創作限制與資金困境，陸續成立導演工作室，試圖尋找新的產業運作模式，在製作方式與內容風格上都形成了一股對好萊塢反動，同時試圖振興台灣電影工業的台灣新電影運動（陳儒修，1994）。導演成立工作室，反映出台灣新電影導演們，不滿電影創作長期受到發行與映演部門的箝制，以及為人作嫁所受的利益剝削（盧非易，1998）。也和當時大量拍攝低品質類型影片的製片公司形成了並存的生態。

不過，此時期影響台灣電影創作風格與評論形式甚深的台灣新電影，對台灣電影工業的影響似乎也僅止於此，根據盧非易（1994，轉引自盧非易，1998）的研究資料顯示，當時新電影的總產量僅佔了當時期的約十分之一，影響力並不大，再加上其創作傾向強調作者與風格化，新電影在商業取向若光靠文本本身，其影響力實在有限。這些電影在國際的影展上廣受矚目，但是卻在票房失利，1980 年代的電影觀眾對於一部沒有劇情、敘述結構以及結局高潮的電影已經失去耐心（陳儒修，1994: 146），此外，在新電影末期出現的過度自溺風格化的作品，也顯示了這個「電影運動」後來也在僵化的產業下層結構下，落入了另一種「跟風」的結果（魏玠，1993），某方面也顯示這一股新電影的製作風潮即將走入產品生命週期的末期。

值得注意的是，台灣新電影作為今日對於台灣電影史、甚至於世界電影史的重要意義，其過程不只來自於型式上的變革與創新，也來自於與其相關的論述以及意義建構，張世倫(2001)的研究指出，台灣新電影的電影文本其實只是台灣票房及製片量中的極小部份，但是在各種正反論述的建構與學術研究的反覆專研，以及 90 年代被正式納入世界電影藝術的網絡之後，「台灣新電影」一詞彷彿成了台灣電影的唯一合法代表。在賦予如此重要的論述影響位置後，其辯證特性也深深影響台灣電影工業的概念形構，甚至影響製作的特色。

張世倫(2001)的分析指出，新電影作為一個具有代表性的「藝術電影」運動，其實更像是一系列由評論界以及若干企劃所建構出來的「標籤」。關於台灣新電影的論辯中，「商業對抗藝術」的二分法影響深遠，直至今日還有許多人以這個角度分析 1980 年代後的新電影現象，不過新電影現象有趣之處，便在於電影論述與電影現象之間存在的若干落差，基本上新電影評鑑策略與實踐的方式，

是集中於少數「作者」與「影片」上的，忽略了與台灣電影大環境的關連（齊隆壬，1987）

新電影的現象並未真正挑戰台灣電影生產的整體結構，也沒有真正發展出另類(alternative)的電影行銷與流通管道，遑論有更激進的動能⁵⁷。在新創作形式的出現對商業市場助益不大的情形下，其實製作業中商業影片依然是大宗，其品質自然影響了整個市場的優劣形勢，可惜由統計數字看出，當時大量但破碎的製片業生態所造成的產量耗竭，加上政府拍攝愛國政宣影片接連失利，都直接影響了電影工業的不景氣（盧非易，1998）。不管是商業影片的製片公司，還是新電影作者成立的工作室或合作的合作社形態⁵⁸，都是因應後工業化的分殊的經濟潮流而出現的結構變化，然而卻在缺乏前者在經理概念（仍受發行業的片源需求影響）與短視市場取向（盲目跟拍受歡迎港片類型、文藝片，甚至色情片）的形勢下，錯失發展機會甚至破壞體質；後者也因商業潛力不足，影響層面僅止於形式發展、未能成功建立合作模式，反而在愈趨不健全的製作環境與市場中提早遭到扼殺，實在是令人遺憾的結果。

其實在同一時期，台灣電影工業運作模式已受到香港獨立製片人制度的影響。獨立製片人制度取代過去的片廠制度，提供了彈性、市場靈活度以及因此而出現的較大的創作空間。這些都隨著香港影片在台的成功，而深深吸引台灣創作者的商業考量。也因此誘使創作者投入獨立製作的途徑（盧非易，1998）。但是，香港獨立製片人制度與台灣獨立導演工作室仍存在極大差異。香港的獨立製片人雖也多由導演轉任⁵⁹，但其製片管理與行銷經營仍遵照市場運作原則，兩者不想混淆（盧非易，1998），其製作的影片在市場反應良好所帶來的獲利，也能有系統地作為持續製作的資金，及吸引投資的保證。同時，獨立製片人將公關概念與觀眾經營並重於內容製作。比起來，空有廣大創作空間，卻短於管理架構、觀眾接受度經營，更缺乏多元投資來源的台灣的導演工作室制度，並終於導致自

⁵⁷ 也就是說，當初新電影面對的真正問題不在於藝術或商業的極端評斷，而是未能在這波現象的「運動化」建構過程中，將台灣「藝術」電影或小眾電影的「商業市場」在這波新創作力量成形時一併建立起來。

⁵⁸ 新電影工作者當時曾試圖突破單一作戰的工作室形式，嘗試以合作社形式與銷售部門抗衡（如侯孝賢、楊德昌、陳國富合組的電影合作社）。

⁵⁹ 如徐克在電視發展時期結束後，成為電影導演，並成立電影工作室，拍攝了《笑傲江湖》、《武狀元黃飛鴻》系列的賣座影片。

身市場失敗。而台灣電影的商業取向商品（簡單的說，就是商業影片）供應，則在片商的片面選擇以及本地商業機制無力開發之下，日漸依賴製作制度相對有效率、具控管度，並且以具有商業類型基本語彙架構的香港電影，甚至是後來橫掃台灣電影市場佔有率的好萊塢外片。

另一方面，在新電影及其延續製作的國際聲望巔峰《悲情城市》(1989)與政府於 1989 年開始辦理的「電影輔導金政策」，一起開啓了 1990 年代台灣電影的「國際影展路線」。其策略主要包含「從國外打回國內」、「先得獎再收復票房」，藉由該路線的採用，影片既有曝光機會和國外賣埠出售機會，導演有能藉此獲得「作者」地位，累積評價與藝術資本，漸進能獨立吸引國際資金支持其創作，該結構的形成，是台灣本地片商投資意願低落，以及輔導金金額分配有限等條件共同存在下產生的現象，或許這樣的策略為電影商品本身提供更多樣的銷售管道與通路可能，不過相對的，這些影片對於台灣本地市場佔有的依賴與比重也愈形低落，在台灣本土藝術電影市場一直未成功建立的條件下，這樣的情形已持續多年（張世倫，2001）。

整體來說，台灣電影的製作業方面在長期受壓制（不論來自發行業還是政策面）的體質之下，在 1990 年代的生產走向，主要有兩種，一是多以名義上合製、實際上僅是合資的結構，如學者、龍祥、中影等⁶⁰，即使 1980 年代由邱復生成立、從錄影帶公司起家的年代集團，在將投資製作了侯孝賢的《悲情城市》、《戲夢人生》(1993)等片，建立了台灣電影以影展口碑開創市場的典範，該公司卻也在 1990 年代中期將製作轉至港陸。此外，在 1989 年起政府公佈的電影輔導金政策後，所帶動的獨立卻缺乏市場競爭力的拍攝計畫，雖然帶出了許多現時期台灣電影的主力導演（如林正盛、張作驥等），不過卻無法培養出更多的人才，或更大的市場⁶¹。這些方式除了加強台灣電影製作的路線持續著重對外的國際藝術市場展示、甚至國家「藝術外交」等目的有某方面的意義之外，都無法對台灣

⁶⁰ 如這時的學者、龍祥公司、中影公司都將原本挹注在台灣製片的資金，轉到香港等外製市場，中影更於 2000 年六月與銀行、投資業者及好萊塢片商合組「全球多媒體合夥事業集團」，投資全球獨立製片。這樣的發展是擴大了這些片商的事業規模，然而卻對本地的製作產業產生了資金出走、人才培育停頓的情形。

⁶¹ 梁良認為，90 年代在片商合拍合製的電影在票房上失利後，將重心轉至投資買片、映演部門的擴建，台灣的製片商也有著「有輔導金才拍片」的想法，引來作者更不將市場機制與觀眾口味納入考量，拍攝出不為市場接受的影片，這樣則形成了台灣電影市場競爭力盡失的惡性循環（梁良，1998，轉引自林嫻如，2000）。

製作業的規模與實力有所助益，除了市場接受度的問題，台灣製片業的固有困境仍是無法突破。

大部分台灣電影所採取的所謂「國際影展路線」其實正是在國外被標示為「藝術」電影的典型商業行銷宣傳模式：一、藉由加入階層化的影展結構或許導演與作品的作者地位，二、藉此進行國際版權交易，打入他國藝術電影分眾市場；三、藉其參加影展中逐漸建立的作者身分，這些藝術影片的導演也漸具有吸引國外資金加入合製架構，讓較充分的國外資本的助益從發行層面，乃至上沿到製作上的支持（張世倫，2001）。對台灣電影而言，商業電影經營已然崩盤，在政府輔導金等制度與國際影展相對就具開發條件的形勢下，「輔導金與國際影展的「相輔相成」也漸漸在 1990 年代至今的台灣電影製作環境裡，從「另一條出口」變成了「主要的道路」。

諸如以上種種因素，使得台灣電影工業呈現導演制、而製片制度不甚有力的局面，並以這樣的形式延續至今，不斷面對市場的無情考驗。而香港在 1980 年代開始在採用美國的專業經理人走向，提供了套裝化、整體化的企劃執行訴求，在效率與規模皆有提升之際，台灣的製作公司或導演工作室，卻仍走在早期的剝削類型或今日的主攻國外市場之路。

二、世紀之交台灣電影的情境簡述

1984 年，詹宏志針對當時的台灣新電影發展狀態，提出三種結構性的危機：一是「評論不平衡的危機」、二是投資意願消沈的危機、三是電影創作者創作意念與製片習性的摩擦⁶²（詹宏志，1984）。雖然該評論的觀察距今已有二十年，但是今日對照來看，這些問題似乎正因反應了台灣固有的產業結構，至今其實依然存在，尤其是後兩項。

首先，電影的評論在今日已經變得不如以往具有影響力，因為出版事業以及網路媒介的發達，影評人已經不在想以前一般具有高度的評論份量，對於消費媒介的大眾而言，在面對五花八門的視聽媒介之下，與電影相關的評論就如電影商

⁶² 針對當年度影片，詹宏志十分貼切的以當時上映的電影，依序以「殺夫」式的危機、「玉卿嫂」式的危機、「楊德昌」式的危機。來定義各個危機。這些作為例子的電影或許已經沒多少人看過，但是其形容的狀態，在今日的結構中還是可以觀察出來。

品本身一樣，面對著許多的競爭，例如在網路媒介中的參與者自發評論下放了許多電影評論的參考權力、電影刊物的大眾化與菁英化分立⁶³等現象都無法讓大眾對台灣電影的內涵與現況作更多的了解，其餘的媒介管道卻是充滿這外來的、或是高娛樂性的影視訊息，沒有辦法幫助持續重視藝術性的台灣電影製作成品，接受更大眾化的思考模式，只能繼續在少數的高文化資本的菁英市場中，而無法走出其他格局，例如商業取向為主的電影。

投資意願消沈的危機方面，台灣電影在商業資源不具長足遠見的操作慣例之下，往往寧願投資較具回收可能的其他區域商業電影（如港產電影），甚至將重心放至其他媒介（如前面提過的年代集團，現以經營電視與網路事業為主），也不願經營一般認為不具市場實力的本地電影，這些往往都掌握著發行力量的單位，在台灣製作受制於發行的固有結構下，使得台灣電影的製作單位的資金籌募始終捉襟見肘，技術除了風格的出發點⁶⁴，很難有符合大眾喜好的感官突破，甚至這些形式的出現，從另一個方向看，其實是一種面對資金短促下的因應之道，至今反而變成本地電影製作的常態，也造成了台灣電影的商業機制始終無法伸展。在 1995 年政府開始開放外片的大量拷貝後，確立了今日在外片在台灣電影市場佔有率極高的現狀，再加上其他新興媒介與娛樂事業對電影工業帶來的競爭，為本地片商與製作業帶來了更大的經營壓力，投資意願消沈的危機似乎愈形劇烈，還有些本地電影行銷人員認為，「台灣不需要自己的電影工業，國內市場太小，無法賺錢。」（陳儒修，1995）雖然近幾年政府試圖針對這點對台灣電影採取保護措施，但是政策執行的效果其實仍須觀望。

與投資意願消沈狀態之間有著緊密關係的，便是創作者面對製作制度上產生的難以調適的執行危機。創作者面對許多亟待實現的點子，面對著資金與市場接受度的難以開拓，卻也沒有具專業度的投資階層與管理階層，延續著台灣電影論

⁶³ 目前台灣出版市場的大眾化電影刊物，目前只有【世界電影】與【LOOK看電影】雜誌，世界電影雜誌雖然仍有著名影評人（如焦雄屏、聞天祥、李幼新等）長期為其撰稿，但是內容大部分仍是國際（主要是西方電影）電影的動態，甚至許多都是好萊塢電影的行銷文章，從早期重要電影刊物【影響】的出版單位改組而成的【LOOK看電影】雜誌，內容也與今日的【世界電影】大同小異，本地電影的報導在篇幅上都不多。另外，由國家電影資料館編輯出版的【電影欣賞】雜誌，則是十分具有論述性的電影刊物，內容雖然精良，但是明顯較不採取大眾取向。

⁶⁴ 例如台灣新電影時常用的「深焦(deep focus)」、「長拍(long take)」、「遠景(long take)」客觀鏡頭、使用非專業演員等手法（郭幼龍，1999），然而對今日觀眾所建立的閱聽習慣而言，這些創作形式雖有創意上的突出，在今日卻有通俗性的不足。

述常見的商業藝術二分思考方式，執行創意的製片人才卻被迫「撈過界」主導需要管理概念的商品規劃。其實不論是觀眾認知的商業電影還是藝術電影，在市場上都是一種商品，其製造也都需要有適當管理的架構，然而台灣電影卻持續在這樣的「結構性的摩擦」中生存，且活的苟延殘喘。

即使近年來的輔導金政策開始重視影片商業性的評估與支持（如輔導金與來自其它單位的投資對等、申請者須考慮其之前作品及合作發行單位的商業成績記錄、影片完成後、發行後才能依序取得全額輔導金...等等）試圖做到有別於早期給予創作者高獨立性同時卻賦予了低觀眾接受度的窘境，但是這也把本地的創作者（尤其是新加入的）帶入另一個窘境：沒有太多商業影片製作經驗的他們，在輔導政策缺乏如配額等配套制度的「帶領」之下，只是被活生生地被帶到商業市場和好萊塢大片打肉搏戰，其結果通常不言可喻(Rosen, 2002)。

除了這些一直都存在著的結構性危機，今日的台灣電影製作還面臨著其他媒介的影響。此外還須面對外來電影商品對本地市場的強取豪奪，在以市場競爭為主導的 1990 年代，一部電影的競爭對象，不只是同期的好萊塢影片與香港電影，同時還包括了如台灣眾多電視頻道節目、錄影帶（及今日成為租售主流的 VCD、DVD），以及盜版工業...等種種環境因素，都讓台灣電影的生產處於極少數的位置，李天鐸就這個處於弱勢的結構，認為台灣電影必須嘗試符合這個媒介多元世代視聽風貌的「實驗」與「突創」，但是台灣電影的產製成品，卻持續顯得保守呆板（李天鐸，1994: 108）。

依據統計資料，1980 年代台灣電影的產量每年還超過百餘部，但自 1990 年開始台灣的電影產量便開始逐年遞減，每年產量不超過 30 部（馬雅琪，2002）。直至今日，1999 年所上映的 101 部國片中，本土拍攝的國語影片僅得 11 部，其中輔導金影片即佔 6 部（王清華，1999），台灣製片業名存實亡，產業規模萎縮到幾乎無產業可言。根據資料，國片電影票房市場不僅毫無起色，甚至只有不斷向下沈淪的趨勢，2000 年國片（包含港片）發行有 83 部，但賣座不足十萬元的影片有 45 部（王清華，2001）。對照著台灣在這期間是曾名列世界第九大電影市場、美國第六大電影輸出國家的情形，實在是十分諷刺的對比(Rosen, 2002)。

由於台灣電影票房市場的失敗，使得台灣電影工業在製作、發行方面皆處於高度的困境，因此對於消費市場的經營也顯得有心無力，更遑論為國片投注巨額資金進行宣傳與行銷；早期國片動輒上千萬的廣告預算，如今已成為絕響（王清華，2001）；國片在發片宣傳策略、方式、媒體選擇等方面的手法拙劣，往往使國片的上映顯得被動而匆促，甚而連映演檔期的排定都十分的困難（馬雅琪，2002），這些商業性的必要條件讓台灣電影的商業取向十分貧弱。國片即使突破重圍，進入映演市場，但也常因差強人意的票房使得偌大的戲院中僅出現觀眾寥寥可數的狀況，或讓映演戲院因不堪映演成本的無法回收而將國片匆促下片的狀況。這些皆是由於電影工業沒有合適的分工作業所造成的影響之一。

郭幼龍(1999)研究整理台灣觀眾對於台灣電影的評價，發現整體而言民眾對於台灣電影的滿意度低，再度觀看的意願低，口碑也不好。而且台灣電影對於觀眾各樣觀看動機的滿足程度都偏低。表示民眾對於台灣電影的滿意度低，口碑也差，自然缺乏再次觀賞的意願。相反地，外來影片卻在這方面和台灣影片表現著狀態幾乎相反。其實台灣民眾是喜歡看電影的，但是看台灣電影的人口統計上，台灣電影觀眾（包括電影、錄影媒介、電視等觀看方式）的主要年齡分布來看，和主力的電影觀賞人口的重疊度都不高⁶⁵（郭幼龍:1999: 69）。顯示各種台灣電影的觀看情形對於電影市場所佔的位置都是較邊緣的⁶⁶。整體來說，對於觀眾對電影的消費主要是出於「休閒娛樂」與「放鬆心情」的動機⁶⁷。民眾對於台灣電影的評價普遍偏低，也沒有喜歡看的台灣電影、更沒有看台灣電影的習慣。

電影既然具有大眾娛樂的特質，當失去了大眾性質的考量，自然面對市場上的存在危機。台灣電影製作缺少對「目標閱聽人」的評估，試圖滿足他們對於娛樂休閒的大眾性動機，也沒有適當運用閱聽人依賴的其他資訊管道，更缺乏掌握

⁶⁵ 去「電影院（12~19歲）」、「錄影帶、影碟、VCD觀賞（30~39歲）」，和「從電視上觀看（12~19歲）」消費台灣電影的年齡層都不屬於主要的觀影人口（大多數的看電影人口為19~29歲之間）（郭幼龍:1999）。

⁶⁶ 而且在看電影的行為上，民眾看「台灣電影」的頻率都低於「外片」與「港片」，各種不觀看影片的理由，外片是因為「忙碌、沒時間看」；港片是因為「影片本身品質」以及「有更方便取得觀看的方式」；不去看台灣電影的理由，則較單純地就是由於「影片本身品質」的問題（郭幼龍: 1999: 82）。

⁶⁷ 會去觀看台灣電影的觀眾也有其較主動觀看的動機，但是這些動機都和休閒娛樂取向較無關連。

類型與製作水準等方面的影片品質經營（郭幼龍，1999）⁶⁸，這幾點在 1990 年代的影片製作中都沒有在執行上獲得成功，不成功的結果反而持續確立台灣觀眾對台灣電影的刻板印象，情況若持續，可能對於日後電影製作大眾化的嘗試、以及觀眾之前的市場連結，設下越來越難突破的障礙。

當我們回顧 1990 年代晚期到世紀之交，可以發現台灣電影製作產業一直處於一個極端又尷尬的位置：極端的方面發生在受論述影響與政府扶助路線影響下，藝術與商業路線的過度分離，尷尬的地方在於台灣電影作為商品卻和本地觀眾市場產生嚴重的斷裂，其支持去的力量，卻是來自民眾稅金積攢而成的輔導金，以及與本地市場無關的國際藝術電影外銷市場。台灣電影工業處於資本主義的全球市場整合，以及處於半邊陲國家位置的國家機器與市場互動下形成的依賴他者文化商品與資本化的雙重脈絡下（魏均，1994），台灣電影工業缺乏自主性，主要來自製作業的電影文化發展也有著被架空的可能，台灣製造的電影商品以一種非常邊緣化的位置在全球進行「藝術電影」模式的流動，在生產地台灣的流動情況卻遲滯不前，這是十分吊詭的情況。因為媒介商品的流動是階層化的，有本地脈絡的持續支持與提供動力，在地的媒介商品才有向其他階層發展的潛質，像台灣電影十分依賴外國藝術市場機制，卻持續與本地脈絡形成斷層的情況，在全球架構下，可能只能形成少數「個人化」的流動，卻無法將影響層次帶至整個在地產業，與時俱進，該產業和所代表的文化功能極可能變質、取代，甚至消逝。此外，在其他國家的媒介文化競爭之下，台灣在全球電影市場的原有位置也因為這個原因，也面臨被忽視的挑戰⁶⁹。

三、台灣電影工業全球性的經營位置

對於世紀交替之際台灣電影製作的生態圈而言，藝術路線似乎已經「勝出」成為台灣電影產品的主要「標籤」，商業電影在本地的經營已經視同崩盤，幾乎

⁶⁸ 郭幼龍認為對於電影製作要開發新的消費群以及挽回高教育程度觀眾的信心，影片品質的經營是主要的改進方式(1999: 84)。

⁶⁹ 焦雄屏（90 新新浪潮）便認為，自台灣新電影以來，台灣電影在國際間廣受矚目，形成一種外交形勢頻頻失利下，仍力圖確求身分認同的藝術言說(discourse)，但是這類評論上的國際矚目在九零年代卻出現盛極而衰的現象，在亞洲其他地區的電影極力經營其市場與評論勢力（例如韓國、日本、以及剛走出蕭條時期的香港電影）時，台灣電影風格上的活力或許依舊，但是在國際評論上卻面對眾多競爭下被削弱優勢的可能，

台灣電影的創作者都被作藝術的歸類，卻少有商業上令人印象深刻的記錄。在台灣少數屬於商業取向的導演，應該只剩下朱延平與王毓雅，朱延平在目前電影工業不發達的台灣市場，是拍片量數一數二的導演⁷⁰，2001年起開始拍攝電影的王毓雅也是近年來商業電影生產的突出例子。但是他們也都是一般評論所認為台灣電影兩極化現象裡藝術化之外的另一端：也就是追隨主流娛樂取向，卻在製作與感官訴求上日益粗糙現象的典型代表⁷¹。不過這些商業電影工作者也證明了台灣仍然有商業電影的製作系統，只是其運作的狀態與影響力微乎其微。

在小型藝術電影成爲製作物的主流，並伴隨著商業製作機制的頹敗，台灣電影製作目前存在的結構性限制影響了其產製上的流動性，作爲一個以文化內容爲產製素材的媒介工業（尤其在今日），在對境內境外都缺乏平衡產製流動的情形下，台灣電影的確面臨著許多發展上、甚至生存上的困難。

首先商業化題材開發上的困難，面對著長期對於電影藝術價值的重視，加上長期缺乏與觀眾的互動與了解，以及製作產業的貧乏以及影展路線受到鼓勵等因素，台灣電影製作在持續世界電影市場中建立自成一格的電影主題與影像語彙之際，其產品多屬於小眾化的藝術品牌，與觀眾持續存在的隔閡，造成其電影無法建立特有的商業類型，也缺乏商業性的特色與對資本投資的吸引力，有著高質素創作記錄的導演，只能受到國際藝術市場資本的青睞，繼續在國際藝術市場生存，同時形成與本地觀眾少有對話的惡性循環；另一方面，企圖引導商業號召的少數導演，卻因缺乏可掌握的優勢類型，只能限制在因襲來自其他地方的固有類型，短期內也都缺乏品質的提升，這些顯示了台灣電影製作在缺少市場與其他區

⁷⁰ 1990年代後期朱延平漸漸從導演身份轉型爲製片人，所拍攝的電影中同時身兼導演與製片人。計從1990年到2000年，共拍攝了《天使心》、《新烏龍院》、《號角響起》、《狗蛋大兵》等商業電影十幾部，其中《大頭兵》更在台北創下五千多萬元的票房成績（參考網頁 <http://www.taiwaninfo.org/info/sinorama/8501/501098c3.html>），但是也有如《人不是我殺的》票房只有數千元的慘況。面對市場持續看壞，朱延平卻仍然持續有影片產出，這或許和他採取其他市場（例如與香港以及大陸影片的合作，以及東南亞的市場）以及製作形式（如政府近年補助的數位電影製作）有關。

⁷¹ 另一位來自台灣，具有代表性的新興商業取向製作者王毓雅，在台灣電影蕭條的環境中，卻不受環境影響，能找到足夠資金，2004年更是一口氣完成《終極西門》、《浮生若夢》、《虎姑婆》、《愛與勇氣》4部新片，都由騰達影業發行；雖然評價飽受爭議，但是王毓雅可謂目前國內商業電影中，除了朱延平之外的第二個屬於量產型、並且拍片計畫不斷的導演。（見【台灣電影筆記】

http://movie.cca.gov.tw/people/people_inside.asp?rowid=255&id=1）

域供給的商業電影產品競爭的企圖與能力下，存在著藝術與商業訴求僅能求前者的結構性限制。

當我們用「全球電影市場體系」（魏鈞，2004）的角度，把今日台灣電影製作上的產製類型，放在全球電影商品流動的環境下來看，大多是處於僅有相對決定能力、依賴國際市場資本的位置。（見表一）

	代表性創作者 與作品	脈絡	操作	特性	影響
型態一： 棲身國際邊緣	侯孝賢 《海上花》	台灣新電影所 延續的藝術電 影國際化生產	中、小型外國 公司提供資 金，以小成本 藝術電影的國 際市場為取向	創作自主性 高，但與本地 市場疏離	降低一般觀眾 對本地電影的 信心，電影工 業受負面影響
型態二： 進入主流核心	李安 《臥虎藏龍》	移民美國的台 灣影工作者進 入電影體系核 心	聘僱特殊勞動 力進行生產， 以介於商業和 藝術之間的國 際通俗市場為 目標	融合商業與藝 術、西方與異 國等元素的創 作	對本地電影工 業無實質正面 影響
型態三： 在地承包分工	陳國富 《雙瞳》	好萊塢亞洲區 域市場發展策 略的實踐	好萊塢大公司 提供資金，在 地生產，以區 域性通俗電市 場為標的	在地題材與在 地生產的好萊 塢操作	短期資源注 入，但不穩定 且題材與表現 方式受限

表一：台灣電影全球化的類型架構（魏鈞：2004:89）

在新電影在全球獲得某種論述的正當性、同時卻在國內面對市場的枯竭後，一些從這類路線出身或作為延續角色的電影創作者便轉向以藝術電影的國際性生產消費為經營的目標，這些類型的創意製作者包括了如新電影時期的主要人物侯孝賢、楊德昌，以及 1990 年代起，順應政府輔導政策及國際影展生態的新創作主力蔡明亮、張作驥、林正盛等等，他們大多因為外國藝術電影市場對台灣電影特出藝術形態的市場需求，發展愈具個人風格的創作模式與製片方針，也形成了魏鈞整理的第一類台灣電影的全球化類型：藝術電影的生產與消費國際化，這存在於全球電影市場中少數位置的商品類目，算是目前台灣電影製作的出口「主力」，但是由於與觀眾之間持續存在的斷裂關係或對話位置，這類型也是在台灣本地市場最被邊緣化的電影類目之一。

今日台灣的電影製作在某方面或許在世界的藝術電影市場仍有一席之地，但是其實多處於全球藝術電影藝術市場的「少數化」位置，且因為該方面人才上的後繼無力以及他國在藝術市場的競爭，這樣的少數化位置只怕會越來越「少數」，政府早期工具性取向的「影展外交」策略以及其他相關的製作條件造成的製作物與觀眾間的斷裂，也因為台灣電影存在已久的「刻板印象」使得近年來輔導、投資與製作趨勢的商業化企圖⁷²短期內實難帶來明顯改變，台灣電影商品的市場流動依舊遲緩，在全球市場勢力的進駐之下對比尤其明顯。

另外兩個台灣電影在全球電影市場中參與的生產類型，則顯露出較多的商業體系創作準則，首先是以李安為代表的「進入體系核心(魏玀，2004: 81)」的創作類型，在台灣成長、美國研習電影製作的李安，一開始便以接近國際合製的製作體質建立其創作風格與導演品牌，其成績也漸入佳境，他的「父親三部曲（《推手》(1990)、《喜宴》(1993)、《飲食男女》(1994)）」逐漸受到西方大眾市場的注目⁷³。之後在美拍攝了許多以美國社會歷史題材有關的幾部影片，沒有以往突出的成績後，李安回到亞洲集結了華語電影圈的創意與人力，拍攝了十分受歡迎的華語電影《臥虎藏龍》，除了實現了他的電影製作夢想，也讓好萊塢重新重視這位電影創作人才，之後李安就成為台灣電影工業以輸出勞動力（李安的導演能力）形式正式進入好萊塢這個世界電影市場體系中心的典型例子。

另一個以商業體系製作架構，魏玀稱之為「就地發包的區域定位」(2004: 84)。隨著哥倫比亞亞洲製作公司的成立，台灣在 2002 年藉著《雙瞳》一片，加入了這波由哥倫比亞這股跨國資本在亞洲集結題材創意與技術風格的影片製作風潮，這些電影結合了東方風味的題材（例如武俠與宗教等其他題材）以及好萊塢的商業電影模式（而不是許多華裔導演專擅的藝術電影模式）。相對於《臥》片所針對的全球通俗電影市場，《雙》片鎖定的則是全球操作下的區域市場，在視情形往更大的全球市場邁進（魏玀，2004: 84），這類接近「承包」、「外製」的生產模式有著更濃厚的彈性生產與效率成本等的商業考量。這部份也是本研究在後面要討論的重點之一。

⁷² 如吉光公司的《藍色大門》(2002)、《五月之戀》(2004)、葉育萍製片的《十七歲的天空》(2004)

⁷³ 《推手》在當年的台灣電影市場表現不錯，為年度台灣國語片票房第三名；《喜宴》讓李安在國內外都首嘗票房勝利的滋味，全球票房達三千兩百萬，還是當年全球投資報酬率最高的影片；之後的《飲食男女》還得到了奧斯卡最佳外語片提名。

魏玟所分析的三類台灣電影的全球層次位置，展示了目前在「創意生產架構方面」全球性的存在以及調適，不過當以文化產業中的生產過程存在的制度化特性來對照這樣的狀態時，我們需要觀察的應不止於將電影的「導演」作為文化產製的主導擘畫者，管理階層與製作制度等面向在文化商品彈性中的影響力量，在全球化跨國電影的商業元素中，其實和創意風格的類型一起存在。簡單的說，制度上的適應優勢，以及應運而生的產業體質和對流動性文化商品製作的吸引效應，也將是全球文化階層化定位的決定因素。例如美國好萊塢商業電影製作在 1960 年代起出現的許多「外逃製作(runaway production)」，其發生不僅是尋求更具新鮮與吸引力的創意人才與類型，人力與硬體資源等等有益於掌控成本的利基也是考慮的重要因素。

在 1990 年代起出現、生產本質上漸漸顯現商業性通俗特徵的台灣電影全球化製作，仍處於一種尚在發展中的參與狀態，成果與效益也需要更進一步的經營與檢視，以藝術電影經營路線為主，並依賴在全球都屬小眾、較偏邊緣的電影製作類型仍然在台灣電影的產製中佔有重要的比例，也受到藝術電影市場的結構限制頗深。儘管扶助藝術電影多年的政府輔導政策已經在近年加強對本地市場的重視與關照，加強輔導影片的商業潛質，但是由於台灣既存衰弱的製作制度、路線以及技巧等等的結構基礎限制大於空間，一時實在難以見到明顯成效。

四、小結：從制度與運作的根基看台灣電影製作的流動態勢

台灣電影的製作在 1980 年代起，面對著進口電影在資金與映演機會上的大量排擠，成為了產業萎縮的首要受害者。在面對相當比例的資本隨著片商出走港陸投資，台灣本地的製作單位在支持越來越少的情形下，面臨著人才逸散的情形。許多製作人力為了維持生計，將事業重心放在如電視、廣告等其他媒介製作業，或者向外地尋求發展（盧非易，1998: 321），不管是曾以電影為主業的老手，或是以其他媒介為事業收入來源，而有企圖籌劃電影製作的新人，對他們來說，電影一直都仍是個夢想，但是他們夢想的實現，卻無法和大眾化觀眾對電影的期待形成有利的構聯。

在這樣的人力架構之下，這樣的遊走於眾多媒介製作的人力架構對於台灣電影工業所帶來的，或許不在於專職電影人力的少數化，來自多種媒介的製作人才或許還有著人力、技術與創意流動的發展可能，但是其中可能發生的問題包括，由於電視與廣告等影像事業的運作與訓練下，創作者對於創意與其生產訴求的目標群眾與創作演繹的思考模式，能否與電影市場的觀眾習性與需求重疊？簡單地說，電影觀眾的「凝視(gaze)」性的觀看與電視、廣告、音樂錄影帶，甚至電視上的電影觀看的散漫收視(discursive viewing)方式已不盡相同（李天鐸，1994: 106）。此外，媒介的消費與成本回收方式並非直接經由消費者，而是存在著具有影響力的廣告主機制，這點對於一般商業化的電視廣告事業的製作方向影響很大，但是電影本身雖然經過了百餘年的形式轉變，其收入仍然極度依賴電影觀眾的入場觀看，以及反映出的票房成績，在今日媒介匯流的大媒體市場生態中，電影雖然可以藉著多種媒介的流通獲得更大的效益，但是電影作為商品，在與觀眾喜好的連結上需要有更明顯、更直接的設計與訴求，才能與電視、網路、廣告等其他媒介產品有所區隔，並發揮其帶動內容趨勢的作用。不過就這點來看，許多長期在電視、廣告業的創作人才在電影創作上，便出現了這方面的問題⁷⁴。

人力架構的偏頗除了限制了創意性的風格與類型發展外，這方面的制度面結構也引出了另一個產業生存上的困境。台灣電影的製作體質面臨著技術與制度化的弱勢。近年國片製片的不振，導致了人才的流逝與技術人員的嚴重不足。電影的策劃牽涉了電影類型、製作規模、預算多寡、宣傳策略、市場評估，回收可能...等等，這些都需要專業的人才。不過以 1995 年為例，大型製作平均一部三千萬、一般製作一千五百萬的規模，實在難以對這些環節處處做到掌握。專業製作人的培養因此也變成台灣電影極缺少的一塊（廖金鳳，1996）。這裡談到的人才需求，除了技術上的人才，還包括了具管理性質的製作人力。Robert Evans（1985）在談論製片人的角色與意義時談到，製片人的職務其實十分有彈性，從負責影片行銷規劃的「包裝製作人（packing producer）」到集合並管理人力、便控制影片品質的「實作製片人（working producer）」，每位製片人的走向或風格

⁷⁴ 例如 2004 年出品的台灣電影《擁抱大白熊》，雖然是一部企圖結合商業行銷方式，利用高行銷預算與聯合促銷（tie-ins）模式的電影（吳佳倫，溫福星，2004），這部內容主要是想拍給台灣觀眾的影片，卻在北市只拿下了六十多萬的票房（何瑞珠，2004a）。其商業嘗試的失敗，除了院線通路的限制，內容也出現了某方面的問題，令人有種在看「金鐘獎電視單元劇」或者喜劇類型「難以跳脫短劇表演」的感覺（何瑞珠，2004b，林文淇，2001）。

或有不同，但是他們的工作範圍大多就是在這兩種製片人極端的類型之間。就算是所謂的獨立製片人（independent producer），仍只算是一種相對位置的說法，因為這類製片與電影製作就算成本、市場需求等都不大，仍需要依賴資金的挹注，以及利潤回收的考量。

基於這些原則，製片人的協調角色便不斷在製片過程中實踐：從製作題材與資方間的協調、人員雇用、製片設計與成本之間的有效運用，製作期間的人力管理、中介導演與後製人員的合作，到安排電影成品的曝光機會（如試映、廣告到與映演及發行部門敲定檔期及戲院數等），這說明了電影的產製過程中，製片在角色意義上比其他的參與者有更多的職務彈性；而在電影的商業性層次，製片人擔任多端的協調及規劃角色更是不可或缺。因此，製作人不只是單純地尋找資金拍片，幫助工作團隊拍出理想、具有質感的電影作品，身為製片人，在一部影片其商業化運作過程當中，必須以文化實體的商品化理念在產製與行銷的重疊區域裡扮演協調的角色，在創意的產製與資本的積累中取得最好的市場效果。

但是如前文所提，台灣一直存在於一種不具開拓性結構性的「危機」狀態，在以導演為製作核心的制度下，同時缺乏與導演抗衡各司其職、在管理與商業方面策劃的產生影響力的製片團隊，台灣電影製作方面的教育體制也沒有對這樣的人才培養充分地重視。此外，政府的輔導政策也只片面地依照某些條件，支持電影創意工作者的某方面需求（例如現行輔導金政策對於導演、編劇、演員、製片（公司）採取的點數制度），卻無法提供其他較低層次電影工作者的工作保障，相關工會也沒有充分地發揮功能，讓有意願參與電影工作的人員在面臨著極大的工作負擔、卻沒有基本的薪資、工會保障，在飽受「折磨」之後多半得放棄理想另尋他途，台灣電影工業的製作結構也一直無法舒張。在管理、技術以及政策上的顧此失彼之下以及許許多多的結構性限制之下，台灣電影的製作就算有心振作，也真是無力回天。

總結來說，台灣電影工業的製作環節呈現出的運作態勢，文化的操作意義一直大於娛樂事業的經營意義，是一個商品化特性上經營不足的狀態，在政策、論域與相關產業某些工具取向的引領與影響之下，文化商品的文化與商業意義無法得而兼之，大眾化的市場供給已漸被外來的文化商品（港片所代表的國片、以及好萊塢所代表的外片）所取代，偏偏目前台灣電影消費的結構已經深受這類高度

商品化的引導所影響，與本地的電影製作無法建立大量的消費關係。另外，發行、映演與製作業間的斷裂沒有獲得解決，製作產業本身也因為制度建立的被忽視以及人力培養體系的不足造成不論是人力、創意培養以及管理概念等方面都出現體質上的貧乏。



第二節 《雙瞳》的成形與商業性內容的脈絡

如前所述，台灣電影工業進入 1990 年代，製片部門弱質失調情形加劇；發行業主導但缺乏多元經營方針的情形依舊，尤在好萊塢影片全球規模的強敵壓境之下，新的問題又一一浮現在電影市場與產業。在市場方面，台灣電影發行困難、映演管道缺乏，長期下來觀眾流失形成低迷不振的華語影片市場，在當今亞太華人地區，包括台灣、香港與中國大陸，電影製作業其實都面臨著接近存亡關鍵的問題，電影映演市場上幾為美國好萊塢電影的天下（劉現成，2000；轉引自林嫻如，2000）。在迫切尋求具有競爭力的生存模式的要求之下，華語電影工業除了須仰賴典型國家電影時常提及的政府政策扶植，更多人意識到的是擴展製作規模以及相對拓展國際市場的行動必要，國際合製的趨勢便越來越受重視。

張世倫(2001)認為，合製的策略對投資者來說，大致有兩個目的：一是藉由掌握影片的版權，經營影片在各國的分眾市場，例如國外公司投資楊德昌、侯孝賢等人的電影。另一種目的則是藉由跨國合作打入區域市場，例如哥倫比亞發行李安的《臥虎藏龍》、更直接投資台、港、中三地如張藝謀、馮小剛、陳國富、徐克、元奎等人的電影製作，這種合製模式融合了國族主義(nationalism)背景的異國情調以及跨國主義(transnationalism)的資本(自張世倫，2001)。不過跨國合製的這兩種目的，其實也理解成一種層次上的目的，依據涉入程度的不同，在國際之間流動的媒介資本從發行上的權力洽購開始，到以製作資金支持各地藝術電影創作者的拍攝以及確保全球流通回收，再將涉入程度上延到以內容上的引導、人力上的挑選等面向主導市場獲利比例較高的商業硬片規劃，這些來自國際的媒介資本正依其利基評估，在電影工業的各個流程作不同程度的涉入。對一般觀眾來說，我們或許看到的是商業與藝術的電影各自發展，但是在難以擺脫的市場邏輯與行銷模式下，對資本來說，他們只是以不同方式存在的商品，回收仍是重要的目的。

其實在 1999 年風靡全球的武俠類型華語片《臥虎藏龍》便是在這樣的理念實踐中扮演著某種新電影市場先行者的位置，一方面讓華語片最成熟的類型成功地作全球性的商品化實踐，一方面藉由亞洲華語電影人力的組成，向世界商業電影市場示範了國際電影新的製作據點、合作模式，以及大量可待開發的亞洲市

場。其中主導的資金勢力已經不只是來自好萊塢的八大影業的西方媒介資本勢力，亞洲許多瞄準娛樂產業市場的國家也加入了這股跨國資金與電影商品生產的行列，例如韓國，日本，以及腹地最廣的華語地區（包括了台、港、中）。

台灣處於世紀交接、對內對外都有所限制的電影製作背景之際，面對著一股來自跨國集團、在亞洲正方興未艾的資本力量，他們的目的並不只像早期好萊塢一般向其他國家擷取異國情調以活絡西方市場，他們也在意隨著全球經濟自由化在東方漸漸展現高度潛力的廣大電影消費市場。因此，這股流動著的資本力量正在各個國家試探著它們的商業體質與藝術可能，「它們」也包括了在藝術電影市場已有成績的台灣，這個企圖的出現，或許是有意栽花，或許是無心插柳，但是應該都和《臥虎藏龍》有關。

一、《臥虎藏龍》的啟發

亞洲製作的影片正建立起享譽全球的口碑，吸引西方頂尖人才加入，我們計劃結合東西方精英電影工作者，再接再厲製作比《臥虎藏龍》更棒的佳片，延續我們的成功⁷⁵。

（哥倫比亞亞洲製作公司行政董事 Barbara Robinson 在宣佈年度四部影片製作計畫時表示）

現今亞洲電影市場的製片趨勢走向合資合製，好萊塢在強勢主導發行映演市場的生態下，也企圖在製片環節加強企業的影響力，1998年，哥倫比亞亞洲電影製作公司(Columbia Pictures Film Production Asia)在香港成立，在華語三地分別進行製作方案，2000年該公司與華人公司（也包括了台灣徐立功成立的縱橫影視）共同製作的《臥虎藏龍》在市場及口碑上大獲全勝，似乎給了台灣電影一波復甦的希望，然而其中其實卻牽涉了台灣電影製作的相對弱勢問題。

在《臥》片的製作過程中，代表台灣的縱橫影視，只涉入在籌資的前半部份（張靚蓓，2002），整個製作團隊，則是中港台人才的總匯，並加上西方製作人才的協助而成，內容是中國的背景題材，其製作卻是典型的跨國製作（並高度依賴好萊塢的發行脈絡），並且對於商業體質完整的香港及好萊塢電影製作業的經

⁷⁵ 見《聯合報》2001年4月19日27版。

驗培養較為有利（李亞梅，2004），台灣在製作人力上仍是相形見绌⁷⁶。《臥》片的製作例子，應是個參考角度，而不是個典範。而如哥倫比亞在華語市場的跨國製作規劃，其成果是否成功其實也值得保留。

首先，本片是屬於華語電影發展最完全、最具特色、結構也最完整的武俠電影類型，該類型作為一種具有特色與市場潛力的華語電影類型，加上導演在世界電影市場以具有明確的創意標示與特定號召，這些因素某方面確保了該片在全球市場位置的突出以及難以取代，當然也代表全球性的利基，相信也是好萊塢資金願意參與這兩部影片製作的理由（許靜文，2004:125）。這只是跨國資本企圖進行全球媒介商品流通時，最保險的選擇之一，除了在創意架構上，對原有類型帶來創新的再現可能，作為一個以全球架構為目標的電影商品，它的製作企圖其實是很保守的：繼續開發該類型的可能市場並藉此回收。根據哥倫比亞三星（哥倫比亞亞洲所屬公司）的高級行銷主管 Sal Ladestro 對於《雙瞳》的發行規劃，很明顯地參考了《臥虎藏龍》模式，這樣的模式和主流電影公司發行小型獨立影片的方式幾乎一樣：「我們計畫先讓《雙瞳》在亞洲發行，之後是歐洲，然後到美國，在美國我們計畫先在美國的影展圈先展示這部片子，其後是藝術電影院(art-house)，再將它擴展到主流戲院。」(Far Eastern Economic Review, 2002/10/31)

此外，其實《臥》的共同製作架構，哥倫比亞亞洲的位置是較偏向「發行者」的位置，李安一開始的籌資其實和哥倫比亞亞洲無甚大關連，整個案件的拍板定案確定拍攝，是因為哥倫比亞亞洲同意提供確實的全球性發行管道擔保，才讓資金挹注成為可能（張靚蓓，2002）。之後《臥》片的風靡全球，可以視為好萊塢發行網絡另一個成功的「發行個案」。從這點來看，《臥》片成功證明的，除了亞洲創意製作全球化發展的可能之外，可能也只再次說明了好萊塢發行網絡的強勢。

因為除了《臥》片，哥倫比亞其他的亞洲製作在市場的反應並不特別成功，甚至李安《臥》片的成功，也不是哥倫比亞亞洲完全主導下的成果，也影響了該公司的製作計畫進程（至 2004 年為止，成立約七年的哥倫比亞亞洲製作公司，

⁷⁶ 檢視《臥》片的工作名單，台灣的主要工作人員只有幾位：導演李安、製片徐立功、編劇蔡國榮、王蕙玲、演員張震、郎雄，影片主要的拍攝與後製工作幾乎全數仰賴香港（動作設計、美術與服裝設計、攝影等）和好萊塢（剪接、音效、視覺特效等）的工作人員。李安自己也認為，製片過程中的香港經驗其實對他影響更大（李亞梅，2004）。

只製作約七部影片⁷⁷)，以這點來看《臥》片對台灣電影的重要性，固有重視導演聲望以及講究商業記錄(credits)的合製訴求，其實更難讓本土新手工作者有出頭的機會，票房回收也必須受人桎梏(李亞梅，2004)。

但是哥倫比亞的例子卻提示了我們另一個趨勢：電影商業規模在合資合製的趨勢之下，將會走向大量成本及大型規模的電影製作，這除了需要大量資金的挹注、政策態度的明確化之外，更需要大量的製作人員以及管理人才之投入，才能使製作方案具有一定的競爭力。在這前提之下，比起希望藉由原有商業規模再尋契機的香港電影，與企圖把握改革開放風潮拓展市場與產業規模的大陸電影，持續受制的台灣電影其實面臨著更多製作上的困境與市場勢力的挑戰。

不過像《臥》片這類跨國合製帶來的內容創新與市場成功，是否就是代表台灣電影的成功機會、本土電影工業的典範？國內已經有人開始提出省思的空間，李亞梅(2004)針對《臥》的現象分析指出，一般人認為合製趨勢會是台灣電影的出口，但是卻忽略了跨國合製存在其實著人力分布與資金背景的吊詭。這些可能無助於國家內電影製作的因子都和大多外來的跨國合製有著極大的關係。

當將跨國性影片的背景性討論帶回到台灣電影的製作背景，會發現從電影工業的製作角度來說，其實有著許多問題。1999年《臥虎藏龍》一片在結合兩岸三地甚至西方的電影人力下，並運用了原屬華語電影的武俠體裁，創製出讓世界市場為之眼睛一亮的電影作品，也使得該片在評論與商業成績皆十分傲人，參與過製作的相關工作人員也藉由此片建立了不少的經驗資產，參與了更多成功的計畫⁷⁸。擁有本片版權而名利雙收的亞洲哥倫比亞公司自是看到了亞洲製作的利基，開始投入資金在兩岸三地繼續電影製作，《雙瞳》便是其中一個案子，這部片除了是台灣第一部連環殺人案的驚悚片類型題材影片，更引人注目的，還有外資影片的市場背景與跨國合製的身份，而且因為這部片的景觀(landscape)位置與台灣電影工業其實更為接近，從題材選擇到製作架構卻採取台灣鮮少出現的大型商業

⁷⁷ 例如《雙瞳》以及香港徐克導演的《順流逆流》、張藝謀的《我的父親母親》、《一個也不能少》等片，並沒有很明顯的票房成功，張藝謀的兩部影片也明顯走亞洲影片常採取的藝術電影市場路線。雙瞳雖然有四千多萬台幣的台灣票房與八千萬的全球收入，但是對耗資近億的本片來說，似乎只能到打平(文林、曾寶璐，2002)。

⁷⁸ 如來自香港的葉景添成為知名的製作設計，並在2002年擔任《雙瞳》的美術指導，香港的攝影指導鮑德熹也獲得了執導另一部跨國電影的機會，拍攝了《天脈傳奇(The Touch, 2002)》一片，原本在美國電影圈漸漸活躍的武術指導袁和平聲勢更是看漲。

影片格局。原本《臥虎藏龍》開啓的國際性製作趨勢的討論，除了在這部片有了進一步的實踐，同時也因為其與製作過程亞洲各方以及西方人力的比較，更能用來檢視台灣目前的電影製作環境與狀態。這也是本文第三、第四章所分別要分析的對象，首先我們先將重點放在《雙瞳》基於全球性市場所呈現的商業性內容架構。

二、《雙瞳》的題材背景

《雙瞳》是亞洲哥倫比亞電影製作公司在《臥虎藏龍》的成功經驗之後，於華語地區繼續挹注投資的四項計畫之一（其中還包括了中國大陸的《大腕 (Big Shot's Funeral)》(2001)、《天地英雄 (Warriors of Heaven and Earth)》(2003)，以及香港的《夕陽天使 (So Close)》(2002)）（參見表二）。在像哥倫比亞這樣的跨國集團公司漸漸發現除了銷售自製的西方好萊塢電影之外，還有發展像亞洲這樣具有市場潛力的本地市場製作機會時，自然也帶起了電影工業國際合製的風潮，這樣合製的電影企劃，其實也刺激了亞洲本地的電影製作公司參與製作，甚至成為提供電影創意內容與市場規劃的主要來源。

這批影片分別屬於不同的題材與類型，執導者也是該地區電影製作業中具有代表性表現的導演，這其實可以理解。作為一個必須以內容創意的保證來確保資金挹注的電影企劃案來說，導演人選成為了一個重要的衡量標準⁷⁹，不過這個議題將於第四章處理，此處暫且略過。

⁷⁹ 其實就創意的賣點評估來看，其實編劇也佔有極大的位置，不過華語（甚至非好萊塢的）影片而言，在市場上較需要的「作者」訴求下，大部分的導演通常都包含了故事劇本構思的工作，也就是同時擔任編導的位置。畢竟這些影片並不像今日西方影片一般，有強勢且完整的類型架構以及完備的創意分工狀態。

	《大腕》	《天地英雄》	《夕陽天使》	《雙瞳》
拍攝地區	大陸	大陸	香港	台灣
導演	馮小剛	何平	元奎	陳國富
製作公司	大陸華誼兄弟電影公司、北京電影製片廠和美國哥倫比亞公司合作拍攝	由美商哥倫比亞、大陸華誼電影合資，西安電影製片廠合作拍攝	哥倫比亞亞洲製作投資，東方電影(Eastern Productions)公司共同製作	哥倫比亞亞洲製作投資，南方電影公司共同製作
導演背景	是大陸極具票房號召力的編導之一，拍攝的影片多以現代都會為場景的喜劇，且都排在大陸的賀歲檔期上映，之前的「甲方乙方」、「不見不散」都在大陸享有盛名有「大陸賀歲片導演」之稱。在《大腕》成為當時大陸影史最賣座國產片(約四千萬人民幣)之後，馮小剛接續拍攝的《手機》、《天下無賊》都在大陸創下高票房。	大陸導演，同時也是目前哥倫比亞大中華區的監製。片量不多，但其作品都有明顯、獨特的風格：如大漠的場景與類似西部片的寄情與角色設定，被視為「中國西部片」導演的先鋒，他熱衷於將荒涼中國西部的史詩故事搬上銀幕。其中《日光峽谷》一片得到1995年柏林影展評審團獎項。	與成龍同系出「七小福」的元奎，執導過30部以上電影，也當過演員、編劇、製片和武術指導。在電影圈裡的聲勢，並不遜成龍的「成家班」袁和平的「袁家班」。除了是香港電影業中有名的動作片導演與武術指導，也執導過許多西方的動作片，如法國盧貝松製作的《玩命快遞》。	影評人出身，為台灣「新電影」時期重要的論述者之一，之後則投入電影製作事業。1989年執導第一部電影《國中女生》，1993年推出第二部作品《只要為你活一天》開始受到國際評論界注意，此片曾參加多倫多、蒙特婁、南特等多項影展。1998年的《徵婚啟事》不但編導實力再受獎項肯定。其採取劇場預售門票的行銷路線也頗受注意。
影片類型	喜劇	古裝、動作、冒險	動作、偵探	神祕、驚悚

表二：2000年後哥倫比亞亞洲製作公司製作出品的四部影片基本資料(製表：本研究)

在談《雙瞳》前，我們可以先審視其他三部同期影片在內容上所具有商業優勢。大陸導演馮小剛、何平的導演作品都具有十分一致的風格，馮小剛有顯著的諷刺喜劇片拍攝經驗，也受到大陸市場的普遍認同；《大腕》探討大陸改革開放後急速興起的消費主義及現代人固有的勢利性格，輔以戲謔守法十分貼切廣大大陸市場的口味。《天地英雄》是何平醞釀多年的提案，有不少評論注意到其類似於西部片、描述西北大漠的格局，其歷史題材、盛大場面與西北風土的風情展現，都趕上了華語影片擴大製作規模與技術的企圖，對於創作這部影片，何平除了故事上，還有著風格上的創意優勢。香港的《夕陽天使》是哥倫比亞在製作徐克的《順流逆流》之後的第二部香港電影，內容除了俊男美女的搭配，還有酷炫科技帶來的視覺效果，也和香港常運用的武打動作片製作優勢有關。至於以台灣

為製作基地的《雙瞳》，除了選擇主要策劃者的重要性外，題材的選擇也有跡可循，更影響了本片從台灣出發時也需要突顯的商業類型化脈絡。

除了代表創意風格的導演作為電影製作的特質之外，從這四部同時期製作的影片來看，各自採用不同的影片類型，也和各地電影產製的軟硬體與在地市場優勢有關。大陸在對於外來影片仍有進口限制的情形之下，加上廣大的拍攝資源與電影消費市場（這個市場不但大，且仍隨著市場開放與都市化的腳步持續在擴大中）對於華語影片的拍攝無疑握有最大的本錢。這四部影片大陸便包辦了《大腕》與《天地英雄》兩部，而且各自屬於十分不同的影片類型以及背景設定，《大腕》是帶有黑色幽默、嘲諷資本主義商業文化的都會喜劇；《天地英雄》則是採取了與《臥虎藏龍》、《英雄》等廣受亞洲與世界影壇矚目的古裝武俠動作類型。不過《天》片對於戰爭動作場面的經營、歷史事件的詮釋、俠義精神的角色塑造，以及許多人對於何平作品的「西部片」元素解析，讓《天》有著不同於之前武俠類型的跨國影片，有著獨特的北方大漠史詩色彩。這兩樣天差地遠的影片類型可以同時在大陸的製作產業中存在，顯示了大陸電影製作市場的高度開發性⁸⁰。

其次，是長期具有高度商業影片製作體質的香港地區，其實香港電影在跨國製作中的位置並不特別活躍，至少像是哥倫比亞亞洲這樣的投資製作機構對於香港的企劃案數量並不多。從該地擅長製作的電影性質來看，素有「東方好萊塢」之稱的香港電影業，一直以來採取著與西方處於配合位置的製作生態，其中包含了高商業性電影的類型經營與娛樂事業走向，也因此，在好萊塢於 1960、1970 年代受到電視媒介競爭亟需新型式電影突破的需求下開始朝向全球市場製作電影之時，香港已經成為十分重要的一個分支機構，在技術水準與敘事風格都緊跟上了好萊塢的腳步，從 1970 年代起以李小龍為首的武俠電影、1980 年代的新藝城喜劇片、成龍的動作片...等等，都是這類代表（魏鈞，1996:175）。並且隨著流

⁸⁰ 實際上，在大陸的廣大市場與具「合拍片」身分才能在大陸上映的限制規定同時存在下，讓本地影視製作生機蓬勃，也對其他地區（如港、日、韓，甚至台灣）對前往大陸尋求影片拍攝十分有興趣。也對目前亞洲商業電影的製作產生了新的流動趨勢。而在《雙瞳》一片中擔任策劃與副導演職務的魏德聖雖然不認為兩岸三地並沒有所謂各自專長的商業題材，但是就製作條件來說，香港的高技術素質與大陸廣大的地景、資源與人力，的確是發展上的優勢，尤其是大陸，很可能未來成為電影市場的根基（見魏德聖導演訪談記錄）。

通放映管道的全球散佈⁸¹，香港電影不只在西方電影市場有長期的經典片(cult film)地位，對於亞洲商業電影製作也扮演重要的參與地位，當 1990 年代全球性的商業電影市場影響力漸增的趨勢之下，香港電影的創意製作與好萊塢的連結也漸趨固定，許多香港電影工作者的西進⁸²已經不只是「被開發的對象」，而是向全球電影市場中心移動的產製力量，這點可以解釋哥倫比亞亞洲對於亞洲跨國製作的產製分配，對於本應十分具有商業優勢的香港電影業，投注的數量並不如大陸般多產⁸³。這是因為香港具有高度流動性的製作人力，不但是好萊塢喜愛徵召的製作對象，更是亞洲本地跨國製作時不可或缺的人力成份。從這一點來看，其實有沒有跨國資金投注於香港產製的影片也沒有這麼重要了。不過回頭來看這部《夕陽天使》，仍能觀察出這部哥倫比亞亞洲投資拍攝的港製影片，仍然遵循著香港商業電影拿手的製作元素：炫目的武打特技編排，此外還加上了科技題材、以及跨國演員（台、港、大陸、韓國）的明星號召。

當我們在回來看台灣所負責拍攝的《雙瞳》，想要整理出台灣電影製作上具有特出性的商業製作題材，其實不是一件容易的事。一來，台灣的商業電影製作已接近崩盤，在產製狀況破碎的情形下，要談這個區域有什麼值得注意、具商業開發性質的影片類型其實十分困難。另外，台灣在本地與國際電影市場大都是以藝術電影商品的方式處理所產製的影片，雖然台灣的製片環境也十分依賴導演的能力，這是出自制度習性與製作規模偏向小型機動化製作的結果，但是卻也衍生出個人風格色與市場接受度無法連結，與製作行銷模式結合效果有限的情形。所以當我們談到在台灣成立了像是《雙瞳》這樣的製作企劃時，需要分析的重點應不只在於歸因台灣電影製作上的風格、類型特性與《雙》之間的決定性關係，也應該試圖了解，台灣本身選擇《雙瞳》作為商業題材前所未有的嘗試，選擇的理由為何？又有什麼將該類型與本地風格特色結合以經營具自有優勢的類型元素。

⁸¹ 例如流通全球的錄影帶市場、以及電視時段的播放對於香港電影的全球流通十分重要，此外在東南亞市場的文化親近性以及亞洲國家在商業市場對西方電影常採取管制進口的措施，都讓香港的商業電影在亞洲培養一定程度觀眾接受度（魏玀，1996:175）

⁸² 如導演吳宇森、徐克、林嶺東，武術指導袁和平、動作演員成龍、李連杰等等，早期在香港的作品都被西方或是其他地區的觀眾賦予了經典片的地位，除了代表了某種已經有固定的觀眾群風格型式，對於好萊塢公式化商業題材來說，更代表一種新的、具有市場開發性的創意來源（不管是西方的經典片愛好者，或是創作者所屬地區的既有市場）。

⁸³ 哥倫比亞亞洲對於香港創意人力的投資最大、也十分成功的例子，應該只有 2005 年出品，周星馳主導的《功夫》，不過它的大陸的製作背景其實與它的香港工業身分同樣重要。

三、《雙瞳》的驚悚元素

《雙瞳》的故事劇本是由監製兼導演陳國富與近年來表現突出的台灣編劇蘇照彬合作撰寫而成，內容採取明顯的驚悚片取向，並試圖利用在台灣自有的社會文化元素（如盛行的道教信仰與社會現象）加入故事之中。本部份將藉由《雙瞳》內容的幾種商業取向來分析其產品設計，首先簡述《雙瞳》全片的故事梗概：

（一）《雙瞳》故事大綱

雙瞳的故事發生在台北，在這個城市裡發生了第一宗連續殺人事件：某大集團的董事長在死前未走出辦公室，驗屍卻顯示死於溺斃；死在家中的立委情婦，全身顯示灼燒致死，現場卻完好無火災現象；另外，淡水著名外籍牧師被發現遭人開膛剖腹而亡，身上還以鮮血畫了一道符籙，三位並無關連的受害者都以令人匪夷所思的方式遇害，他們之間共同點只在於：一是他們都有嚴重的道德瑕疵（董事長為富不仁破壞環境、情婦破壞他人家庭、牧師介入軍火販售取不義之財），二是他們的屍體都驗出了相同的不明黴菌。

三宗命案宣示著台灣第一宗連續殺人案的成形，也對偵辦單位帶來重大挑戰——也包括了本片的主角：黃火土（香港演員梁家輝飾演）。它是一個受困於過去經歷的外事組警探，過去在刑事組的黃火土揭發了一起大宗的警界弊案，還牽連到了它的妻舅，受不了的妻舅那時還劫持黃火土的女兒作為報復...一切令人不快的經歷讓今天的黃火土過的很不快樂，在家中，火土和正在訴請離婚妻子清芳（台灣演員劉若英飾演）之間關係陷入冰點、被劫持中被救回的女兒一直都不說話；在工作的警局，被下放外事組虛位的火土還要面對同僚的不屑與羞辱，只有他的老搭檔、做人直率的李豐博（台灣演員戴立忍飾演）還願意照顧他。因此黃火土一直處於極度受創、壓抑的狀態，在三宗命案發生之後，這樣的日子面臨著重大的改變。

為了平息刑案難解帶來的技術困難以及民心浮動，警政高層請來了美國聯邦調查局探員凱文萊特（美國演員 David Moose 飾演）來協助調查，他是 FBI 中擅

於側寫連續殺人犯的專家，對於難以解釋的案件也有著科學偵辦的經驗。但是高層向美國請來人手的目的，息事寧人的動機大於真正想破案的動機，就台灣警官的看法，這案子根本「不是一個人犯的案子」，又怎能指望人能破案？因此警局上下對萊特的到訪，都採取虛應故事的態度，外放外事組的黃火土因為有語言底子，被指派十分小心地「照顧」萊特，不能讓他沒做事，又不能讓他太有表現，不過在火土與萊特的辦案直覺驅使下，案情有了很大的進展。

火土與萊特在調查以及一位人類學博士（郎雄飾演）的幫助下後發現發現嫌疑犯是以一種古老罕見的道教圖示來殺人，兇手在「替天行道」藉由把作惡的人送入五種殘忍的地獄受刑後便可以「成仙」而長生不老，這表示了還有兩位受害者，火土與萊特這兩個來自不同國家、不同文化的搭檔，除了在更多人受害之前找出兇手，還必須解決彼此文化上、個性上、以及對超自然力量態度的衝突與差異；火土自己還必須藉此面對自己的心理障礙，在第四位受害者（貪圖父母遺產的不孝子）被發現遭到挖心致死時，警方藉由棄屍線索，循線追到了兩個宗教狂熱份子所成立的「真仙觀」，在與真仙觀的人發生一段血腥的衝突之後，警方辛苦地制服逮捕了相關的主事份子，並救出一位被當作「黴菌培養者」的虛弱少女謝亞理。

案情看似明朗、破案在即，第五個受害人卻還是出現了：一向不相信神鬼靈異的萊特，它在睡夢中將自己的舌頭扯下，失血過多死在火土的家中，它身上也驗出和前四個受害者一樣的黴菌。火土也感染了這類黴菌而陷入昏迷，醒來的火土回憶起之前那位人類學博士提供的線索，才想起那未被用來培養黴菌、眼有雙瞳的謝亞理，才是這個案件的主導者，火土隻身前往真仙觀想逮捕謝亞理，面對著具有控制人心能力的謝亞理，火土在與這股力量抵抗時，也被迫面對一切不愉快的過去，雖然最後火土擺脫了謝的控制，將之擊斃，火土自己也無法承受陷入死亡邊緣，不過在清芳對著一動也不動的火土坦白自己還是愛著火土，不想分開之後，火土似乎找的了的一絲希望，也抓住了一線生機。

作為一部台灣人製作執導、故事設定與拍攝都放在台灣城市（台北）的電影作品，影片的承載的文化意義卻不只是在地元素的再現，而有更多的跨領域的思考。在影片的觀看過程裡，觀眾能接收到的，一方面是與西方科學理性辦案相互對照的東方道教成仙傳說，另一方面也有台灣特有的文化風情（例如操著台語方

言的粗獷警察、街邊和顧客談笑的檳榔西施、甚至常在如「社會追緝令」等本地電視節目出現的迷信「觀落陰」景象），這些都是特有文化區域元素在一部非好萊塢電影創作時被運用來再現文化意義以及提供產品特出訴求的例子，也顯示了影片在講究商業賣點之外，對於承載文化的功能性意義。

不過觀眾在觀看《雙瞳》這部影片時，就像他們在觀賞其他將商業訴求利用到極致的商業影片一般：在感官特效、風格技術等層面吸引觀眾的同時，卻有著將文化再現的層次片面或是簡化的情形。例如前面提過的台灣社會特有景象，對於本片來說，多只是安排在非劇情發展關鍵的橋段，對於觀看的本地或其他地區的觀眾，或許只會覺得新鮮，實際上卻是可有可無，而影片對於東方傳統的道教文化與宗教氛圍，也在市場製作進度等考量下，呈現了自成一格，與實際狀態不甚相同的方式去詮釋道教或是其他的在地因子。例如美術指導葉錦添在談論本片的創作過程中提到，本片「其實是在講黃火土的內心世界。而且因為本片是部國際的片，地方色彩不能太強烈…我希望增加戲的厚度，讓台灣這地方不會成為干擾國際觀眾的因素，不會有這麼大的距離感」，關於道教元素的處理，「我們花很多時間去研究案件要怎麼破、兇手怎麼出現…但我覺得怎麼作都是假的。想要很真…後來我發現那是沒辦法解決的，真仙觀裡面的鬼其實不是道教，只是藉道教來講這個故事，所以我就和國富說，不要在戲裡去強調道教，反正會看的人就知道那不是道教的東西。」（黃婷，2002: 42-44）

也因此，當討論《雙瞳》這部電影在成品上的解讀意義時，文化層次的析論將和許多國際性大型商業電影一般，除了文化混合的再現處理之外，還應將重點放在影片製作上的商品取向處理，也就是這部片「怎麼當作商品來操作的」。

（二）商業影片的操作成份

《雙瞳》這部影片的製作對於台灣的電影製片環境而言，是有很多方面的期待與任務的。根據當初《雙》片拍攝期間負責文字平面側寫的黃婷整理，《雙瞳》的出現一方面是大型商業電影製作以台灣為背景、並且嘗試新類型的少見創舉，一方面又有著將台灣觀眾拉回戲院，與台灣電影重新建立連結的期待（黃婷，2002）。以下將整理《雙瞳》在內容上所展示的商业影片操作元素。

1. 驚悚片的類型骨架

《雙》片是以曲折迂迴的劇情、駭人感官的特效、以及對未知力量恐懼氣氛的塑造，在台灣社會文化的背景脈絡下建構而成：一個在台灣發生的連續殺人案件，集中有著難解的案情、技術層面經營出的壓迫性氣氛、加上主角的個人心裡缺陷背景以及藉由故事進展獲得救贖的歷程，對於創作者和閱讀電影的觀眾而言，都是具有明顯的「類型片」線索。就陳國富的說法，本片採取的「驚悚片」類型，在每個地區都具有發展的可能，同時從驚悚片脫胎而出、強調恐怖狀態的恐怖片型也一直是最受觀眾歡迎同時獲利最多的電影類型之一（謝旭洲，1999，轉引自郭宏昇，2004）。也因此，對於沒有特定固有優勢商業類型的台灣製作背景而言，這個類型是有發展上的便利性：一來，它能夠在不同的地區上作發展，「放在哪裡都有可行性」；二來，對於具有摸索商業類型需要的台灣地區來說，這個類型影片的拍攝有助於自有優勢類型的建立，不論是創意面，還是技術面。所以當初陳國富身為監製，便決定在台灣設定這部以驚悚片為基調的商業影片：

這是台灣第一部那麼精細且大張旗鼓地拍一部驚悚片，過程與結果都引人注目。雖然並非所有類型片都容易翻譯成不同語言，但陳國富相信，「驚悚片」是個具有國際語言的類型，放在哪裡都有可行性。而最後它決定把《雙瞳》的故事設定在台灣，部份原因是當然是希望能藉由這部片在台灣的拍攝，引進一些主流電影的拍攝技巧與觀念，讓專精的電影製作概念在台灣生根萌芽（黃婷，2002:115）。

在了解這部影片在內容上所呈現的好萊塢產品色彩之前，必然要對其類型的採用與經營方式做基本的了解，也就是分析其「驚悚片」的類型骨架。

驚悚片作為一種類型，在內容上的脈絡有其特色可循，但是形式與風格上則是具有高度的發揮彈性。Palmer(1975)以文學分析的文類角度整理驚悚類型的特性，指出該類型的文本往往強調善惡的並存與對立，善者代表著某種英雄的角色，而惡人雖不常在觀眾前露面，但是是驚悚片的必備要素，擁有自成一格的道德架構，並且與邪惡的對抗無法依賴或信任社會固有的仲裁法治等權威機構。驚悚片建立在善者的英雄形象、惡人及其陰謀、以及對情況未知或無能為力的官僚社會氛圍上，所推銷的是關於正義的極限，以及對該極限的不斷挑戰。驚悚類型片的發展參考了偵探文類、間諜電影與小說，但是產生了和這些影片不盡相同的

特性：驚悚片的主要目的之一在於利用一連串插曲(episodes)的安排引發刺激(excite)，這些插曲的設計都在增強情節帶來的威脅感，而主角需要作的便是經過故事的進展，接受某種轉變，成就故事中的英雄角色(Palmer, 1975)。

從驚悚文類的分析到電影類型的驚悚影片呈現，感官氣氛的感染與線索成爲另一項重要的元素，以「誇張的方式」創作是驚悚與恐怖影片基本的表現，不管是恐怖的化妝、誇張的場景以及精心的攝影，營造出一個陰森、幽冥且充滿兇險的世界，是早期驚悚片發展以來就十分強調的元素（廖金鳳編，2001）。就內容上的基本性質到電影強調的感官刺激訴求來看，《雙瞳》的故事架構確是掌握著驚悚片的原型建立而成。

在這類帶有文化特色的元素加入的創意差異方面，以台灣爲背景的《雙瞳》選擇了在台灣文化中常見的道教宗教題材，並藉此建立起「極端恐怖秘教(cults)」的氣氛作爲驚悚片中邪惡力量的代表，扭曲道教修身成仙的超越精神，透過「活人獻祭」迷思以圖謀個人成仙成道的信仰，而四處尋求受害者，只要其姓名符合其「扭曲」玄思邏輯者就殺，來圓滿其成仙成神之慾（蔡淑惠，2004）。其力量在在超越與質疑科學思惟以及執法機關辦案所維護的正義規範。如循線找到真仙觀的警方在緝捕中慘遭屠殺、甚至在原以爲破案後，秉持科學辦案質疑宗教迷思的西方探員萊特仍拔舌而亡，都暗示著這些原屬於正義的代表，其實與之前連環命案的有道德瑕疵的受害者無異⁸⁴，都受到以謝亞理爲首的秘教力量重創。編劇在故事中不斷地質疑固有的執法機制與社會仲裁力量，建立起扭曲的道教成仙之慾與替天行道之責，壓倒固有國家機器官僚法治體系的氛圍。並進一步地而將問題的解決、挫折的救贖都漸集中於以主角黃火土爲代表，一個正義卻又處於抵抗位置的受創英雄角色。片尾謝亞理與黃火土的對峙高潮，正是將整片進行中建立的善惡位置的對立形勢作最簡明的呈現。

除了東方傳統角度的善惡對立，《雙瞳》故事的戲劇性，除了來自主角火土個人的情感創傷、同儕排擠以及家庭遭遇，也來自各式不同觀念的並置與衝突，

⁸⁴ 此外，本片劇本的故事背景之一也包括了貪污的警政對主角的生理（職務）與心理（導致家庭破碎的過去）的壓迫，同樣也質疑著警方作爲執法單位的正義位置。相對地，在辦案過程雖然屢受阻撓（台灣採取抗拒態度的警政官僚與命案中難解的超自然線索）仍精確地找出案件源頭，最後卻成爲另一位有「道德瑕疵」（不信鬼神）的受害者萊特探員，他的下場除了凸顯秘教所抱持的扭曲價值與強大力量，同時也有著暗諷西方力量雖然在台灣排山倒海，某方面卻仍不敵東方神祕力量的暗流。

如結合科技理性與宗教玄思的迷場。犯罪者是一群台灣高科技高收入新貴，最後卻執迷於「真仙觀」這類一點都不科學的場所。同樣地，類似於科技理性與宗教敬畏衝突的，還發生在黃火土與萊特這一對中西搭檔上面，兩者之間的互動從一開始的陌生到相識，經歷的不只是個人認知的衝突，更分別代表兩種文化對待事物的態度在同一場域的相互調適，這些都是故事中所設計的通俗性情節，對於觀眾對於戲劇的預期發揮著一定的功能。

像驚悚片這樣的類型情節除了善惡之間的處理訴求以及感官刺激營造的需要之外，對於許多地區都有發展的可能性，也正因為各地有別於好萊塢的傳統製作模式與創意元素。若合併與驚悚片具有鄰近或重疊關係的恐怖片類型來觀察，更可以發現，晚近這整個大類的電影在世界各地都有不同且繁盛的發展，在影片的內容與類型析論上也變得更多樣化。例如亞洲的鬼片常在不同于西方「大開殺戒」特色的鬼魅元素加入之下，而經常成為亞洲地區最賣座的片型，甚至受到西方電影產業和市場的青睞，例如近幾年好萊塢就時常向亞洲國家購買經典鬼片的故事拍攝版權⁸⁵。

因此，光是驚悚片加強東方神祕鬼魅元素這一點，便具有了東西方市場兼可開發的可能性，根據哥倫比亞三星行銷主管Sal Ladestro的說法：「西方觀眾對於亞洲悠久文化十分著迷，他們著迷亞洲鬼片展現這些文化的秘典性(cultish)、神祕性以及謎一般的本質。」但是同時對於亞洲來說，曾任香港嘉禾影業管理指導的曾麗芬認為「這些由亞洲頂尖導演創作的亞洲鬼片，有著很棒的說故事方法，吸引著今日的觀眾」⁸⁶，(Far Eastern Economic Review, 2002/10/31)。對於哥倫比亞而言，《雙瞳》這類故事不一定要在台灣拍，但是應是必須要開發的題材，同時這部片的目標也十分明確：以東方鬼魅驚悚片吸引西方市場、以電影本身具有的商業質感與風格號召抓住亞洲觀眾。

⁸⁵ 例如李心潔主演，彭氏兄弟執導的《見鬼》被Tom Cruise的製片公司買下。日本的《七夜怪談(Ringu)》(1998)、《咒怨(Ju-on: The Grudge)》(2003)、《鬼水怪談(Honogurai mizu no soko kara: Dark Water)》(2002)等電影也陸續在好萊塢被重拍。

⁸⁶ 此外，亞洲鬼片的風行也被認為和1990年代起亞洲普遍的社會、政治、經濟不穩定有關，Huang(2002)認為，今日亞洲鬼片的發展，和1920、1930年代德國表現主義反應出德國一次世戰後經濟崩盤及納粹興起的恐慌，以及美國在同時面對經濟大恐慌時，產製的許多怪物（狼人、吸血鬼、科學怪人等等）電影，有十分類似的情境脈絡(Far Eastern Economic Review, 2002/10/31)。

不過，對於陳國富所認為，要藉由驚悚片具有的國際語言，將商業影片的製作經驗在台灣穩固建立，並不是採取驚悚片的類型模式便可以達到預期目標，畢竟雖然雙瞳的題材在台灣電影製作堪稱前所未見，但是類似的賣點與元素，在亞洲其他地區也有引人注目的號召，例如香港與日本的恐怖片；劇情基本通俗性的加入雖能吸引主流觀眾，卻也面對著一樣採取通俗劇情骨架，但是數量比藝術電影更多的商業電影在市場的競爭。

針對可能的創意競爭，台灣的《雙瞳》以提供科學角度的道教現象解讀、台灣少見的城市地景以及職業演員、甚至在亞洲電影發展還不甚成熟的電腦特效...等，來作為這部台產背景、卻需置放在跨國驚悚片市場的电影產品的創意識別。這樣的識別或許明顯，但是也昭示了台灣這個創意產製背景有著什麼樣的既有條件去支持這些識別的創作，其中還包括了如何有力且有效地銷售這些創意。雖然影片的類型化製作是電影工業拓展與鞏固市場的常見手段，但是在今日商業化電影高度競爭的情形下，對於電影其他面向的商業化操作也十分重要，接下來本文將分析《雙瞳》的高度商業元素。

2. 影片所操作的商業高概念

《雙瞳》在製作上與好萊塢主流的商業電影製作有不少相似的地方，例如極高的製作成本伴隨著高額の宣傳預算，《雙瞳》接近兩億台幣的製作成本是台灣電影史上的記錄，一千七百萬台幣的宣傳預算在台灣電影發行業中也等同於台灣好萊塢 A 級電影宣傳的大手筆（文林，曾寶璐，2002）。大量的金錢投入自然也需要大量的收益，製作物的商業考量也更為全面而嚴謹。除了加入觀眾取向的類型、區域性的文化與創意元素之外，也必須順應近年來驚悚片型電影近來常採大型製作、與暢銷小說改編、老片新拍與混合（例如科幻、恐怖）類型等製作趨勢（廖金鳳編，2001）。從與行銷元素結合的思路當中，《雙瞳》提供給在地電影製作業的方向，不只在風格體裁的突創、與觀眾觀影喜好的連結，更包括了揭示在生產上與其他產業鏈結的商業必要性。

對照《雙瞳》宣傳的好萊塢化，《雙瞳》影片本身的商品性質也相當濃厚且明顯，該片自籌畫階段便已試圖建立能夠讓觀眾接受的有利點，監製兼導演的陳國富了解到台灣電影市場的主流觀眾已經沒有意願接觸國片，因此將本片包裝成

一部「表面西化的本土電影」是必要採取的策略⁸⁷。於是在當初映演前和映演期間，我們看到了台灣發行商博偉電影公司與陳國富的策劃之下，十分徹底的行銷傳播策略，舉凡媒介廣告、宣傳話題、造勢活動等，加上電影檔期的安排，都讓這部本土電影有了好萊塢影片一般的市場區隔與票房表現（詹瑋琦，2003）。然而除了發行業對於已完成的商品所實行的發行行銷策略之外，雙瞳的突出表現也應與電影製作物本身與行銷概念具有的一致性有關，也是這樣的商業一致性，《雙瞳》作為一部台灣電影，卻擺脫了台灣電影固有的獨立製作格局，也變得不只是一部「表面西化的本土電影」。

以高概念(High Concept)電影製作的「the Look, the Hook, and the Book」原則來看《雙瞳》的商業賣點，可以看得出影片在這幾方面都有審慎的計畫，也影響著文本本身的產製以及集體製作機制對於電影創作的高度影響。本片的賣相(the Look)主要建立在由特效團隊結合連環謀殺案劇情所經營出的特效奇觀。其實在影片中僅出現在開場與些許片段的雙瞳死嬰，便是具代表性的例子。為了在宣傳時加深觀眾的期待與印象，死嬰伴隨著一目雙瞳的驚悚影像出現在許多宣傳媒材上：電影海報、書籍、網站、預告片、DVD封面...等等。這些看來駭人且迷離的影像在該片的宣傳標語(tagline)「There Is Only What You Believe⁸⁸（只看你相不相信）」在我們上戲院電影商品的視覺包裝扼要突出化的一致性，已經從發行活動網絡的設計上，延伸到電影內容的製作以及將故事立體化的影像風格。

而當我們在劇院觀看這部影片時，不論是片頭剖腹生產的開場戲、片中命案發生的超自然過程、案後令人為之驚駭的屍體，甚至是在「真仙觀」的那一場大屠殺、片尾黃火土與謝亞理的對峙等，這些視覺與感官元素的存在正以故事與表演之外的特效力量衝擊著我們的觀影經驗，同時也在驗收其目標觀眾的市場預期，也是高概念製作採取的題材商機訴求「the Hook」：本片故事內容既已涉及宗教迷信、血腥等元素，在限制級與驚悚片型的尺度之下已經有了固定的觀眾群可供鎖定。詹瑋琦的研究整理出，本片的製作公司（南方電影公司）經過觀眾市場的分析，在拍攝時就明白這類的驚悚題材，能夠吸引時下的年輕人，在電影的定位上，不但刻意不提本片的國片身分，其宣傳策略也盡量突顯國際的元素（詹

⁸⁷ 參見詹瑋琦(2003)與博偉電影業務經理沈勉君的深度訪談。

⁸⁸ 可參考IMDb資料：<http://www.imdb.com/title/tt0284066/taglines>

瑋琦，2002:81)。不過與其說本片採取的是「國際」性的元素，不如說是以西方慣用的電影（製作與宣傳）元素來作訴求：例如英文版本為主的海報、西方電影擅長的視覺特效，以及試圖東西方、台港美通吃的演員陣容。此外，該片在一般戲院版本上映後數月，還推出了所謂「超限制級」版本上院線放映，多加上了幾分鐘更寫實的血腥殺戮片段，也是出自在原有目標觀眾再度開發票房的企圖。

這些對於這些容易受到吸引的觀眾來說，本片的戲劇衝突在類型的商業訴求來說其實是基本的要求而已，能夠提供電影大規模行銷的片中元素，才是影片故事取捨時的首要考量，也因此必須讓故事「簡單清楚」。事實上，《雙瞳》在戲院上映的版本其實和劇本所預期的版本出入不小：

「剪接時對劇本的刪改，其實最主要的目的，就是要讓故事更簡單清楚。」陳國富說。《雙瞳》的主線就是警方面對懸疑難決的兇殺案的偵辦過程。其中潛藏著主角尋求「救贖」的主題，但這在類型來講是次要的了。...他不是要拍一部蓄意背離傳統的說故事邏輯，所以不想電影太複雜、或太曖昧...總結來說，《雙瞳》現在上院線的版本，刪去了若干支線，除安東尼外，有一些複雜的道教資料引用也少了許多（黃婷，2002）。

這顯示了《雙瞳》也採取了電影文本簡單扼要的情節主軸與劇情鋪陳原則，目的在尋求大多數觀眾的理解接受，以求盡量避免如「低概念」影片般，雖然意義深層富有詮釋內涵，卻也因此降低對觀眾的訴求、提高了電影商品推銷與拓展難度的現象。《雙瞳》在這方面的創作操作，這大致上是符應著高概念製作的「the Book」原則。

但是一部內蘊高概念內涵的影片只能代表該部影片採取著與市場親近的製作策略，有較多的成功前例可循，但是也不表示這樣的創意商品製作計畫必定有預定的成績，其中還牽涉內容實踐上品質，《雙瞳》在高概念策略的建立上可能出現的致命傷便可能在此：它的票房高度依賴其好萊塢化的號召宣傳，卻無法與內容的呈現有充分連結。根據魏德聖的觀察，《雙瞳》這部影片雖然在台票房亮眼，但是其實效果不如預期，是行銷的成功帶動著票房的升高，但是關鍵的內容上卻無法建立好的口碑：

其實整個行銷還是哥倫比亞的行銷系統之內，說實在，這種片子只要一上了行銷點，願意配合你的廠商、結盟單位就會很多，不難找，說實在就是有錢好辦事，格局越大，配合廠商就越多、配合意願越高。你一部一千萬拍的电影想找廠商，誰理你？你要是資金夠大，是人家要來求你和它異業結盟。

（所以因為這麼多結盟與商業手段，雙瞳才可以有這樣的成績？）應該是這樣，最主要還是因為它是第一次這麼大的資金，觀眾進戲院不主要是因為它是一部驚悚片，而是想看看你一部那麼大的製作拍出來會是什麼樣子，想看看台灣拍的第一部好萊塢電影是什麼樣子的心態。（所以本片商業性的驚悚片條件反而不是最主要的？而是好萊塢的包裝？）個人感覺，是這樣沒錯。

（魏德聖，訪談二）

另外，高概念影片在提供市場參考與保證時相對帶來的問題還有一點也很重要，影片是否落入跟風模仿的窠臼。這在商業電影全球化大量製造、大量商品同時曝光的今日十分常見，同時也是高概念商業影片的產品生命週期的關鍵，執行失敗將成為影片成績的另一個致命傷，而《雙瞳》的影片故事內容與風格，當初的確也有人討論其內容上的「熟悉度」，接下來本文將就這點續作討論。



3. 賣座驚悚片型的延伸是否成功：與《火線追緝令》的對照

值得一提的是，《雙瞳》作為一部台灣拍攝的商業電影，其內容對於觀眾或許真是耳目一新，但是對於某些觀眾與評論來說，或許更是似曾相識。除了依循商業影片概念製作而成的商業元素、以及加入的東方宗教題材之外，就影片本身的故事特色，也不禁讓人想到其他類似影片，尤其是 1995 年美國出品的驚悚片《火線追緝令》(Se7en)。這兩部影片都以連續殺人題材為背景，也有著戲劇角色的衝突，駭人感官的視覺效果，甚至對於信仰及超自然的議題也都有所關連，因此有不少人認為東方的《雙》片有著明顯追隨《火》片的影子。不過有趣的是，當深究這兩部驚悚片的異同，我們或許可以說，今日驚悚片的商業元素不再僅是西方至東方的簡明轉移，而是在全球擷取流動的交互結果。

1995 年美國新線影業出品，David Fincher 導演、Andrew Kevin Walker 編劇、Arnold Kopelson 製作的《火線追緝令》，描寫一個屆將退休的警探 Somerset，在

退休前七天，碰上了它的新搭檔David：一位剛當探員的年輕警察。同時他們也遇到了一宗連環謀殺案，調查留下的線索後發現，犯案者似乎將自己視為上帝的劍(the Sword of God)，在社會裡找出犯了天主教信仰裡代表撒旦形象的《七宗罪》⁸⁹的人們，或以殺害、或以凌虐的方式予以懲罰，Somerset與David這對還在適應彼此的老少搭檔必須在更多受害者出現之前找出兇手，同時還得提防自己也成為另一批受害者。《火線追緝令》恰好利用觀眾對玄學的神秘感和不理解，加入超越科學理性的宗教元素作為連環謀殺的故事背景，在當時美國的驚悚片型中創下了不錯的成績⁹⁰。

然而正如前面所說，這些故事背景、角色關係，以及吸引人的視覺風格，和今日的《雙瞳》對照起來，確實存在不少似曾相識之處。其實這些元素上的借用和參考，不管是在故事的處理和製作設計的視覺風格上，在電影製作的過程中一直是有意識地被處理的⁹¹。不過對一部商業影片來說，題材與故事架構的相似不一定是創意上的致命傷，在其他新創意的套用與加入下，這甚至可以是商業產品操作上有跡可循的有用前例。梁良便認為本片劇情雖與《火》片容易產生聯想，但是加上了道家煉仙和詭異的玄秘色彩之下，在台灣還算是很少人嘗試過的類型影片（梁良，2002）。重要的是，在全球商業電影市場交流互動的程度增加的今天，能否經由些接採用類似題材的影片建立起具有全球流通規模的賣座影片類型，才是影片拍攝者關心的一大重點。

不過要片面地說《雙瞳》只是另一部跟隨西方《火線追緝令》的作品，並不太站得住腳。除了《雙》也有自成一格的東方道教迷信角度成為影片的主要特色之外，將西方的《火》片視為單純西方創意優勢與長處的代表也還有討論的空間。其實《火》片的出現，在當時因為美國驚悚電影公式化發展到了市場疲乏時期，正需新題材的加入的背景下受到高度的注意，該片故事離奇又紮實，其票房上的出色表現也代表了這類新嘗試的成功。不過或許也是因為它當時在故事上投

⁸⁹ 源出自天主教的《七宗罪》分別為驕傲、憤怒、妒忌、不貞潔、貪食、懶惰和貪婪。

⁹⁰ 北美票房達 100,125,643 美元，海外票房達 227,186,216 美元，類似題材的連環殺人劇情驚悚片中，比該片賣座的應只有《沈默的羔羊(the Silence of the Lambs, 1991)及其系列電影，參考網站：http://www.leesmovieinfo.net/WBOGenre.php?genre_id=8

⁹¹ 例如該片的美術指導(production designer)葉錦添在訪談時便表示它參考了《火線追緝令》與《沈默的羔羊》等片，甚至是日本的恐怖片。（黃婷，2002）

注的創新性，其中令人印象深刻的故事和視覺元素，還和西方之外的創意特色有關。林淑娟就認為《火》片所成功採用的新元素還來自了美國境外的香港影片：

好萊塢在《沈默的羔羊》享盡了票房與掌聲的幾年後，推出這部風格、手法、內涵都完全不同的驚悚片，它融合著香港三級驚悚片的奇觀，及好萊塢驚悚片最擅長的心理學，而使得系統面臨窮途末路的驚悚片，又有一番新的面貌。「青出於藍而勝於藍」不僅可用於本片，更可用於早已在香港市場反擊成功的好萊塢電影帝國。（林淑娟，1996）

林淑娟認為《火》的創意代表了一種驚悚片的混血。而且在場面調度以及故事題材都和香港許多「奇案電影」⁹²有共通之處。例如以宗教力量支持犯罪的聳動性、以「奇觀」場面處理的視覺場面，只是在好萊塢製作《火》片的同時，加入了精緻的製作設計，以及在劇本上賦予的驚悚片質感（如加強了觀眾驚悸與心理上的催化，不只是剝削血腥暴力的奇觀場面而已）（林淑娟，1996）。當時與西方低成本「B級」恐怖片強調身體摧殘之敘事特點契合的香港奇案電影，在1990年代的東西方影壇都有了進入市場主流的可能（郭宏昇，2004）。除了有觀眾喜好的時代背景可以歸因，這類主流產品特點再現於好萊塢商業電影產製的產品展示上，也顯示了好萊塢這個電影製作單位本身的高彈性與適應性。

不過從林淑娟的觀點看來，似乎也將好萊塢視為電影製作能力的中心，為了征服全球市場，能夠借用同時也自我強化與適度融合。這樣將重點放在從他處（如東方的香港）的創意元素加以處理置換後，收納為自身商業製作機制中的新題材，進而更新電影產品的類型形態與生命週期，在今日卻不只在好萊塢發生，頂多只能說好萊塢這個製作單位具有高度的題材及參考的敏銳性。至少就《雙瞳》的例子來說，西方資金、台灣拍攝、亞、澳人力以及以亞洲市場為主要目標的《雙瞳》也在做同樣的事：不只是故事上的似曾相識，還有創意賣點的借用以

⁹² 事實上，香港有許多看來十分剝削肉體與暴力血腥場面的犯罪驚悚電影，或改編自真實命案，或來自虛構創作，不過這些本以奇案（尤其兇殺案）為骨架的影片，在大量血腥場面和演員「變態」的表演方式、甚至與三級（三級指的是香港電影電檢制度中的第三級，只准十八歲或以上人士觀看的電影）色情影片結合等因素下，建立了「奇案片」的風格特色，從1989年第一部奇案片《三狼奇案》起，到了1992年的《羔羊醫生》掀起市場熱潮後，1993~94年香港奇案片量大增，其中如《八仙飯店之人肉叉燒包》、《羔羊醫生》等都成為了香港的經典電影(cult films)。此外，奇案片還有如以將受害者製作成食物以毀屍滅跡的「次類型影片」。香港演員如李修賢，黃秋生早期都是奇案片的代表性演員，而「奇案片」本身也成為九〇年代香港電影的重要類型之一，有關奇案片的文本詳述，可參考梁偉怡(2000)。

及風格題材的再改造。這時我們或可說《雙瞳》有《火線追緝令》的影子，但是其特色或許更有向香港奇案片借用的可能；東方道教的神祕氛圍甚至探討迷信的力量，和天主教的七宗罪比起來，似乎還是十分不同。好萊塢在這個例子中不能再視為商業電影的決定者，它也是被台灣這樣一個製作視為製作時「可選擇的考量之一」了，到了這裡，重點已不再是一部商業電影的「好萊塢化」有多深，或許「商業化」比「好萊塢化」更能解釋這樣的現象。也就是說，在市場的前提下，文化與創意的相關產品會被產製成什麼樣子，具決定性的因素應是所採用的商業類型能夠流動的範圍有多廣、相關因素的被採納機會有多高了。

四、小結：台灣商業題材電影的機會與潛在問題

本章從約 2000 年起在亞洲華語電影工業中由哥倫比亞亞洲帶動的合資合製現象談起，從《臥虎藏龍》展示的亞洲電影利基開始，談論《雙瞳》的成案背景，本章並以《雙瞳》的製作物本身為分析對象，討論這個跨國製作案在內容商業性等相關決定因素。本部份將討論的焦點放在台灣作為一個商業電影製作環境並無傑出記錄、尚待重整的情形下，《雙瞳》的出現並不代表著一種台灣商業電影水到渠成的機會，而是一種還有許多條件尚待開發的可能，這樣的條件可能是來自對好萊塢的參考或反思，也可能是來自鄰近區域的突出前例（如香港），甚至是來自台灣本身的題材，但是共同點都在於找尋一種可大眾化行銷的電影拍攝方向。這方向包含了類型元素的了解與應用、可行銷(marketable)高概念的型構、與電影工業的整合度...等等，在《雙瞳》所屬的這一波國際合製的商業電影企劃之中，《雙瞳》開創市場的意義與任務十分明顯。

《雙瞳》在台灣的票房十分出色，全台約近八千萬的收入是台灣當年度的華語影片票房冠軍（聯合報，2002/12/25），也在亞洲如新加坡、香港、日本等地公映，反應普遍甚佳⁹³，正反應了當初陳國富認為，儘管好萊塢的製作價值(production value)有著明顯的優勢，不過一個緊湊的故事、聰明的劇本才是影片成功的要素，「因為它有亞洲人能夠認同的主題」（Rosen, 2002），加上本片試圖

⁹³ 在第一站台灣之後，《雙瞳》新加坡、馬來西亞、香港等地都有千萬元以上的成績。（自由時報，2003/04/02）

採取的驚悚片國際語言，《雙瞳》確實是一部有著廣泛市場企圖，並且以十分商業性的方式執行這個企圖的製作。

但是陳國富對本片的預期似乎與哥倫比亞所評估的結果不盡相同。本片事實上卻未如預期進程，在北美戲院市場發行，歐洲市場也多是直接出版DVD的方式發行⁹⁴。就之前Ladestro對於本片所預期推動的市場階層，在西方資本的發行力量於這時所展現決定權與影響力之下，《雙瞳》顯然沒有完整實踐其進程，某方面也代表了這部片可能只在亞洲市場的階層有稱職的表現，且表現的程度不足以讓發行公司計畫下一階段的北美院線市場。而在台灣本地長期經營的商業導演朱延平也對《雙瞳》、甚至其他哥倫比亞製作的跨國影片的全球性商業背景不表樂觀：

哥倫比亞其實合製了很多戲...《雙瞳》不見得成功，也賠了大錢，他在台灣好而已，香港不成功，全世界也是，美國也沒辦法上片，他花了兩億拍攝，只在台北只收回四千萬，是一個失敗的投資，真正成功的是《臥虎藏龍》，也一部而已。元魁拍的《夕陽天使》也是哥倫比亞的片，更慘，一億台幣拍攝，在港只收回了一百萬港幣，總收入四百萬台幣，完全無法回資，其他地方都無法上片。另一部《大腕》只有在大陸賣了一千萬人民幣，台灣三十萬台幣，香港四十萬港幣，全世界賣不掉。這些都是合資合製影片的失敗例子。...《雙瞳》只能在台北收四千多萬，全世界卻沒有空間，這其實也是失敗的例子。所以其實哥倫比亞已經不投資（台灣）了，因為沒有優勢了。

當然，《雙瞳》這樣的流通情形或許還有其他因素（例如北美檔期、影展路線失利...等）。但是至少比較確定的是，《雙瞳》所試圖經營出自台灣特有創意成份與類型建構、採取商業操作的電影製作概念企圖同時鎖定東西方的企圖，似乎只能發展到華語或是亞洲地區，但是在這個區域的電影製作朝著與《雙瞳》類似模式進行的例子也不在少數：和《雙》片同期生產的其他三部哥倫比亞亞洲商業影片是一例，泛亞洲國家（如日、韓、泰等國）也大量生產中的驚悚恐怖片更是一例。《雙瞳》副導演魏德聖也認為，《雙瞳》在內容上的確缺乏一鳴驚人的表現：

⁹⁴ 詳見IMDb資料庫中《雙瞳》的全球發行資料。<http://www.imdb.com/title/tt0284066/releaseinfo>

或許你們會認為《雙瞳》是一個成功的案子，其實他是一個失敗的、沒有做好的案子，他沒有一鳴驚人，他只是在噱頭上一鳴驚人：像「第一部好萊塢投資的台灣影片」、「第一部驚悚的連環殺人影片」這類的東西，可是在內容上，很八股，玩了很多小噱頭，可是很膚淺，今天一部商業片不是滿足觀眾期待就好，你還要超越一點點觀眾的期待，能不能開發一些讓人想像不到的東西？你看了不會覺得，你在花錢投資這個國家一次，會有什麼幫助。

台灣電影製作產業針對這點，除了面對創意上的尚待突破，在對於外國資金對台灣商業製作的投資經驗而言，其實還面臨了更深層製作能力的考驗，也就是有關製作的「人」的方面，其中牽涉了創意能力、效率與管理能力以及基礎建設的制度結構，這些都是下一章的重點。



第四章 《雙瞳》製作架構的商業化跨國取向

作為一個在台灣執行的商業化影片製作，具有高概念趨向的《雙瞳》在題材內容與行銷策略、市場定位整合企圖明顯的前提之下，商品操作的程度也與創意的表現和開發並重，甚至前者超越後者。高成本的投注代表了生產體制控管程度與制度化、商品內容的保守、公式化等等的商品本質，較一般屬於藝術市場以及政府扶植的國家電影更為突顯。以往這兩類電影重視的導演作者主導架構，也出現了變化。導演本身的存在，雖然對於電影商品本身的號召訴求仍為首要，但似已不再成為製作團隊的首要、唯一的領導者，在大量成本同時帶來的重大市場壓力與創意品質開發的訴求下，其他製作部門的任職者（如編劇、攝影指導、藝術指導、特效、化妝...等等）也必須是「一時之選」。這些身為一時之選的製作人員挾其作為選擇依據的製作實力與記錄，對於影片內容的創意元素供給，其影響力也十分明顯且受到重視，這部商業電影的集體創作痕跡也更明顯，導演對於影片的作者也做了些許調適，本身作為另一種「創意監督」，除了風格的獨有性，導演的功能也和商業製作中十分重要的製作人一樣，對於人力協調的能力也更講究。

總而言之，商業電影的製作概念，影響的層面也涉及了生產過程中的架構與人力訴求，這些方面在《雙瞳》的例子中，還牽涉多國人力的選擇與其在台灣製作經驗的意義。

根據 Lash & Urry 所整理的電影勞動架構，現今電影製作在上游方面藉由「創意或線上（above-the-line）勞動」（如明星、導演、編劇與製片）成本的分割；在下游它們則透過「技術或線下（below-the-line）」的勞動成本分割，達成了彈性化的要求（Lash & Urry, 1994）。本章從電影製作線上與線下人力的層次談起，討論當《雙瞳》這部商業性高的電影製作放大了本地電影產製的製作規模時，在資本流動的商品生產效率邏輯下，在商業題材內容的過渡流動之外，產生的另一股產製人力架構的流動狀態。

第一節 跨國商業製作的選擇依據背景：從創意及管理人力談起

現在的電影工業生態，已經不是如早期由大型片廠垂直整合式的管理，而是眾多媒體集團規模擴展的形勢之下，仍然是各家製作公司林立的情形。這些持續製作電影產品供市面發行流通的公司並不直接經營產品流通的發行與映演，它們與隸屬大型企業的發行商或出資單位建立契約關係，並以一部電影為單位，向外招募人才（其中導演、編劇、演員等熟為人知的電影創意勞動代表，到許多從事更技術性的製作人力如攝影指導、剪接師、音效師，甚至特效人員等等）。

線上人力之所以被稱為線上，主要是因為其提供了文化產品所高度依賴的創意訴求，當主要來自線上人力提供的創意投注在文化產品上，然後在市場獲致成功之後，除了收入上的報酬，對於這些線上人力也有著明顯的記錄(track record)作為報酬。這記錄對於他們在個案取向的電影製作產業中十分重要，因為這影響了他們的工作機會是否穩固持續。這是線上的文化產製勞動力與線下差別最明顯的地方。而這方面的差異將在產業運作跨越界線時更為明顯，如《雙瞳》這樣的跨國製作，線上人力在跨國製作的流動性將優於依賴在地脈絡較深的線下人力。

此外，管理性的人力也在多國性的製作格局中被賦予更複雜的管理任務，使得管理人力能夠在文化商品的商業成績中擷取相當的製作記錄，也是屬於線上人力的一類。Defillippi 與 Arther(1998)從兩個角度來描述這樣子的電影製作脈絡：從產業的角度來看，製作公司主導製作所帶來的電影製作業運作，其中勞工與公司之間，並沒有長期的合約關係，各公司也不像一般的製造產業，擁有專有的製造工具。這和電影市場充滿需求面的不確定性與易變性有關。也因此凸顯了製片人（及其製片團隊）在核心能力都分散在各個勞動者的情形下，肩負了鑑識與招募各類人手的管理任務。

從管理角色的與提供創意號召的人力角度來看，對於投資資本的機構而言，這些人力對其投資的衡量與決定標準佔有重要的加成作用。當我們將這樣的投資參考思惟在回頭看看當時《雙瞳》與同批屬於哥倫比亞挹注投資的影片，這樣的製作成立條件的確存在。

首先談大陸的影片，大陸導演馮小剛的作品多以喜劇為主，內容時常帶有嘲諷內地現代化都市生活的特質，在與哥倫比亞合作《大腕》之前，他在大陸已經具有十分亮眼的票房記錄。何平的導演作品雖然數量不多，但是都具有十分一致的風格（有西部片風格、描述西北大漠生活與人文背景的影片），也曾受到國際

影展與評論界的注意。元奎在香港已經是知名的動作導演，與成龍系出同門，更有參與好萊塢影片拍攝的經驗，《夕陽天使》之所以選擇武術指導出身的元奎，應該和其武打動作影片的拍攝技巧與風格，運用香港常見的商業武打動作片特性有關。至於以台灣為製作基地的《雙瞳》，選擇陳國富作為主要策劃者其實也有有跡可循，他的電影拍攝歷程在台灣的電影生產形態之中，不同於一貫藝術電影市場的大師訴求，反而在商業性的記錄上相對突出的表現。

陳國富在本土電影因為過於偏向藝術訴求而受限的台灣電影製作業中，認為是「最具行銷頭腦的台灣電影導演」（文林、曾寶璐，2003）。影評人出身的他，從台灣新電影中的重要評論參與者，到親身投入電影創作事業，從《國中女生》(1989)、《只要為你活一天》(1993)，到《我的美麗與哀愁》(1995)，陳國富的作品在形式與題材上都有不同的嘗試，不過同時也有導演作為作者易於辨識的一貫特色（陳的作品常以女性及其情感議題為討論對象），陳國富的特色與優勢相對而言是較為明顯的。而他獨特的商業電影籌劃方式，在1998年出品的《徵婚啟事》有蠻突出的表現。

當時陳國富除了選擇這個改編自小說、之前也有舞台劇版本的電影，在同樣由他負責行銷企劃上便顯示了陳國富對於該片的商業企圖，他搭配了舞台劇表演通路預購電影票、附送贈品、有別於院線的單廳放映等方式，確立並著手掌握該片的目標觀眾，票房總收入約有二千萬元，成為當時台灣電影三、四年來賣座最好的一部⁹⁵。雖然影片的漂亮成績有著地區性的侷限（例如北重南輕）、也不是每部採類似行銷方式的國片都有理想的成績，不過這反而顯示了陳國富作為電影創作人員，不只有內容的風格表現能力，也有將影片與觀眾市場作明確定位的策劃能力。相信也是這一連串影片創作與規劃經歷，讓陳國富除了獲聘擔任哥倫比亞亞洲製作的監製，同時也能爭取到《雙瞳》這樣的製作。在台灣開拍，是陳國富在製作策劃方面得到的分配結果，然而該片一開始是想尋覓其他導演的人選的，只不過在對該類型有某程度認識，並且對台灣的拍攝環境能有所掌握的幾個要求之下，這部商業影片企劃的導演位置，在幾經考慮之後，又回到了在類型創作上相對較有成績的陳國富身上（黃婷，2002）。

⁹⁵ 參見項貽斐（報導）〈國片殺出生路獨得好〉，《聯合報》，1999/06/10。

除了導演方面的訴求外，在監製方面，華語電影圈的製作人在這批影片製作中，突出性多不如導演，甚至部份影片仍如小型藝術電影一般，由導演本人兼任製片的主導位置，如陳國富的《雙瞳》與何平的《天地英雄》。不過和規模偏小的小眾藝術取向不同的是，這些兼任製片的導演，都有著十分重要的管理職位或經驗作為其身為製片的支持。如陳國富和何平都是哥倫比亞亞洲的顧問、監製，他們在哥倫比亞擔任職務的期間，製作人的位置其實比身為導演還頻繁，何平除了《天》片，也是《大腕》的製作人；陳國富在《雙瞳》之外，還是《天地英雄》、之後同屬哥倫比亞出資製作的《20、30、40》(2004)、《可可西里》(2004)，以及大陸本地商業片《天下無賊》(2004)等片的監製。對於哥倫比亞來說，原屬製片位置的兩位導演，又被選擇實際執導的原因，不只是藝術經驗上的成就，也是對其商業操作能力的信任。但是當這個標準放在陳國富與《雙瞳》之間的製作位置，對於陳國富而言，擔任導演反而是一個「非預期的」狀態，這非預期的職務對他而言不但帶來了更大的壓力，也帶來了電影商品生產的某種不穩定因子：

他比較適合當監製，反而比較不適合當導演。因為他的心也不在導演這件事情上。大部分時間他都在思考怎麼去經營片子的市場，而不是經營這部片的拍攝上。（陳國富為何會被選為導演？）我不知道，這就要看香港的哥倫比亞，可能認為讓他來拍就好了，（關於這部片之前有考慮過其他執導人選？）的確曾經有過一些，不過我想不要講比較好，會傷人。（至於為何這些人選後來沒有被通過？）有些是沒有時間、有些是對方（哥倫比亞）覺得他的資歷不足，地位比較大一點的導演，則可能是因為導演與導演之間的恩怨，即使認為他有這個能力，就是不想找他，要給年輕的、有可能性的導演拍的話，哥倫比亞那邊又覺得這個導演太年輕資歷不夠，讓他操作這樣的片子會不放心。不過老實說，陳國富也不夠資歷，你看他以前拍過的作品都不是走這個方向的...反正香港那邊就是說：那你就自己拍好了。（魏德聖，訪談二）

此外，在其他的創意產製人才上面，哥倫比亞的《雙瞳》仍是十分講究，該片的監製、導演與製片是台灣的陳國富與黃志明，此外故事的編劇除了陳國富，還有近幾年編劇作品的商業性與市場表現都頗突出的蘇照彬，他參與的《三更之

回家》(2002)在亞洲市場十分受矚目、在台灣拍攝的《台北晚九朝五》(2002)、《愛情靈藥》(2001)等片，都有相對突出的商業表現（聯合報，2003,01,15）。演員則包括香港的梁家輝、台灣的劉若英、美國的David Morse。此外負責美術工作的葉錦添來自香港，曾因《臥虎藏龍》得過奧斯卡金像獎，是亞洲地區十分有名的藝術指導，而攝影指導和電影特效工作人員則全部來自澳洲⁹⁶。可以發現，其中講究的重點不在於在地創意人力的扶植，而傾向於現有可靠人才提供的較可靠製作品質。另外在成本與技術品質之間的衡量之下，本片的製作一方面抓緊著商業規模的製作元素與架構，一方面卻又時時考量著成本花費的效益來作為人力挑選的原則，其實和1970年代出現在好萊塢與世界影壇的「外逃製作(runaway production)」符合若節，相同的是商業思惟的效益與電影產品的市場訴求，不同的是這次的人力決策權不在完全掌握於好萊塢，而是哥倫比亞授權台灣的製作團隊。

也由於電影資本製作影片的商業取向，偏重於特出性高且商業記錄佳的線上創意與管理人才，這些承載著創意產製核心能力的人力們，也因應文化產製商業機制的需要，有著高度的流動性。例如本片的線上人力們，大多是在亞洲、甚至西方市場等各地有著豐富工作經驗的人們。至於線下人力，因為提供的主要是技術與場地的基礎支援，對於電影製作環節的可替代性遠高於線上人力，流動的範圍將與所屬的產業地域連結較深，這時一個區域的電影工業之於資本的投資選擇而言，其線下人力所參考的採用依據，將偏重於該地域電影技術與人力結構的制度化內涵，下一節本研究就是要從這裡談起，並以《雙瞳》的商業影片機制來討論台灣電影製作表現在制度與結構上的「商業性」。

⁹⁶ 本片的特效小組，包括了雪梨的E.M.G特效化妝公司，曾參與過《駭客任務》的特效拍攝，電腦特效則由來自墨爾本，參與過的Phenomena公司，在特效人員的選擇過程中，黃志明製片便對了預期品質與實際支出做了取捨（詳見黃婷，2002: 40），但是一樣都是選擇了澳洲公司，這些經常也是好萊塢在成本與新技術考量之下合作的對象。

第二節 從制度為起點探討台灣電影製作的商業性

在《雙瞳》整個拍攝計畫中擔任著主要的管理職務的製片黃志明認為，《雙瞳》一片，相對於他參與過的許多台灣電影製作，的確是一個完全不同的形態，首先便是好萊塢的鉅額資金一開始就改變了原本台灣電影製作者在製作方向的影響：

第一個完全不同的點，當然是...資金的幅度。...我剛入行的時候，大概還可以常見的...十幾年前吧！那時一部電影大概都還有三、四千萬的製作費...，到現在我們來看台灣現在拍片大概的資金，通常都在一千到一千五中間嘛，我說的是一個比較正常的狀況...。那回到《雙瞳》，它今天丟一個七百萬美金進來，第一個在製作上就提供你一個比較多的想像。盡量去想這部類型電影要怎麼做...。當然因為這樣的寬容度某方面是因為，七百萬美金的成本對他們（在好萊塢、哥倫比亞）來講是一個非常低的價錢，它有點像在那邊等你，看你告訴我你要怎麼做，我就看看你可以做到什麼程度的心態。

此外，製作過程的多國人力參與，也是台灣電影製作之前極少碰過的，當然這是製作目標上的商業考量，更是品質考量：

第二個就是它是一個跨國合作，因為有外籍勞工的參與，他們的進入是在一種不得已的狀況下。這部片對我們來講，是一個難得的學習機會，像我自己當初就被抓去香港受訓，花一個禮拜去熟悉他們所有的會計的系統、怎樣把預算消耗的情形很快速的回報給製作公司，回報到香港去，然後再到美國...，說實在話，那些好萊塢的資金最源頭都不是什麼搞電影的，全部是銀行家，所以這系統裡他們靠法律與會計制度來作這個事情。

一、製作過程的重要課題

在經費來源與成本控管的管制下，目標明顯採取商業取向的電影製作（尤其是規模較大的），制度與人力架構的訴求便越明顯。對於目前長期低迷的台灣電影，在與大型商業電影製作機制作檢視與對照，首先要針對現今台灣電影製作環境的諸多現象，以及製片人在功能上的影響作一瞭解。朱延平認為，台灣電影存在的問題包括了：第一、**分工不專業**：在以導演制為主的台灣，相對強勢的導演

通常會身兼製片人、出品人，也導致各分工效能不彰，品質與成績皆難提升。很多導演的影片拍攝，都面臨了「有了這部，下一步還不知道在哪裡」的窘境。

其次，台灣電影市場不夠多元、不具包容性：朱延平認為台灣電影不論是評論界、報導、甚至輔導金支援，都偏重藝術影片，「商業影片被視為下駟，導致本土市場藝術形式影片充斥，本應是市場主流的商业影片卻是少數的少數，相關人才面臨斷層」，更遑論品質的提昇。綜合這些環境的因素，朱延平認為台灣並沒有成功的製片人，也沒有製片人的相關制度與成熟機制，目前台灣的製片人「較為短視，沒有心去多下培養的功夫。現在的台灣也沒有像香港鄒文懷一樣專業且有規劃的成功製片人，更沒有像嘉禾公司一般有組織的製片單位」⁹⁷。

徐立功⁹⁸認為，台灣電影的大環境很差：戲院水準低、其他媒介如錄影帶、第四臺的競爭，以及港片占去大部分市場等因素，國內對於台灣影片的投資愈形怯步。在人才方面，台灣在名導如侯孝賢、楊德昌之後也出現斷層，其他的製作人員也急需培養（顧蕾蕾，馮光遠編，1992）。

總結目前台灣的製片環境與經驗，在仍然是導演主導，又是格局偏小、缺乏規劃與培養的經營之下，製片人在其中發揮的功能的確有限，對於影片在製作層面的其他運作，更是使不上力，或是因為觀念不夠專業，經驗不夠豐富，再加上整體環境無法給予商業化運作的場域（如放映院線、行銷預算與團隊，以及鬆散消極的輔導金策略），人才支援不足、規劃缺乏遠見，導致現在的台灣電影在整體品質上無法多元及精緻化，給予觀眾刻板劣質的沈悶印象。在數量上面，也無法與大量的外片相抗衡，更不用談對觀眾的吸引力與影響力。

二、台灣電影製作的先天格局限制所形成的產業現狀與《雙》片的對照

台灣電影製作從《雙瞳》這部片中不只是擷取到不同於典型台灣電影製作模式的新經驗，同時也是大型電影製作投資單位將台灣放在商業電影製造時的適應

⁹⁷ 資料來源：朱延平訪談內容。

⁹⁸ 徐立功在台灣電影所擔任的製片人角色，在所製作的影片中發掘並培養人才，也證明了他對影片製作的貢獻以及對整體環境作的努力，除了李安，蔡明亮也是在徐立功引薦之下，以中影出品的《青少年哪吒》一片在國際初試啼聲。

狀態之檢視。在本片的製作過程裡，黃志明製片也從這個製作計畫的人力結構上，說明了幾點可能面對的課題：

1. 工作人員各小組幾乎「淪陷」：

由於製作目標的需要，《雙》片雖然在台灣採景，但是本地人員只佔了整個製作人力的三分之一。雖然核心的製片團隊都是由台灣人組成，也有試圖利用這次製作提拔台灣人力的使用與提供更多的學習機會，但是在計畫壓力以及本地人員處事態度上的不能配合，台灣電影製作業並無法掌握由台灣人力主導技術製作的機會：

對於這些工作人員，我們也不管他們來自哪裡，只要我覺得你有辦法把我製作上面的需求執行出來，我就請你來。像攝影師，台灣沒有拍過 anamorphic 的攝影師，我之前也曾經嘗試找台灣的攝影師...我甚至要把他們送到香港受訓，因為我希望我這部片拍完之後，我希望台灣這邊以後有人可以用...（那他們後來有去香港受訓嗎？）沒有，因為後來，我覺得他們有一種小王子的心態，我們當初打算送去受訓的攝影師是當時廣告界很出名的廣告攝影師，不過他會在陳國富面前爭寵，覺得陳國富應該要挺他，陳國富沒有表態他就不要了。...這些東西我們一直希望作這樣的安排，可是還是得在一個達成任務的前提，不能搞砸交代的工作。（黃志明，訪談一）

在攝影指導的選擇上顯示的製作能力與態度的差異之外，美術指導與特效的選擇也受到了製作經驗與歷來默契所帶來的選擇條件與差異，在地區差異可能不大的情形下，能夠透過默契帶來多穩固的製作效益，其實比人力與製作地點的接近性更重要：

美術，想來想去，本片有關中國的、道教的東西，就找葉錦添，...他對中國的東西有氣魄，...但是我能夠依賴的就是這樣子，因為他在台灣住比較久，跟台灣工作上面的資源也比較多一點，他是香港人，只是都落腳在台灣，所以他有很多接觸的人脈可以在這邊運用。...那時他剛好做完臥虎藏龍，就把他和他下面的助理，是香港人叫 Eddie Wong（王家能），也一起找過來，結果變成下面的造型與道具，也變成香港有熟的人一起帶過來，因為他們有一種工作的默契和信任感，所以美術組「淪陷」了。同樣地，攝影師的大助、

燈光師等等...的人也都是從香港，因為他們都是和黃岳泰合作久的人。...特殊化妝也不用講，剛剛強調過了，這東西亞洲大家都搞得不是很好，所以我們找澳洲。...在這樣的一個狀況下，就整個淪陷了，變成沒法信任當地的工作人員與工作能力，所以變成從外借將的這種方式。（黃志明，訪談一）

在這種核心製片團隊與跨國優勢人力並存的情形之下，整個《雙瞳》影片的製作過程，受到外地電影工業的衝擊甚深，也影響著台灣工作人員的心理與認知，在核心的製片階層，學習系統性的製作制度的新鮮感，似乎是多於工作底層勞動人力面對「外來和尚會念經」產生的排斥感，要來得受人注意：

（雙瞳總共的工作人員）平常有差不多 70 個。製片組算層級比較高的，從監製、製片、再到策劃、製片經理，一路下來，全部是台灣人，這是難得的。因為這件事情我敢說沒有發生過，整個製片系統都是台灣人。攝影師是香港，還有大助，他們帶了幾個攝影助理來，我們這邊只出了兩個助理而已。其他的組（台灣人）也都是助理...道具助理...美術助理...燈光助理，就是沒有「師字輩」的東西在，有一些師字輩的進來，在台灣是師字輩的你進來也是要再聽人家的，為什麼會有這些師字輩的出現是因為他要帶其他的本地助理，因為這些助理的工作心態會比較沒有責任感，認為自己只是聽命行事而已，在這個時候，你就要有一個帶頭的，所以這些人就是台灣的頭，這東西還是存在的。（黃志明，訪談一）

像製片這樣需要管理大筆經費，同時還須處理十分複雜事務的職務，在面對大型的編制帶來的一個個管理問題。黃志明認為「對我們來說會比較有啟發，另一方面就是知道會計制度，知道怎麼樣去控制預算這類東西，和他們合作過會比較清楚。」不過經費的控管經驗的建立之外，其他同提供文化性質的創意工作人員所面臨的製作領導位置，台灣的製作人力可能在面臨競爭的困境上，會比經驗的習得多一些：

台灣這邊就是，keyman 都沒有了，全部只是比較是勞工階級的，不過這當中也出現了另外一個問題。比如道具，我有希望在台灣這邊找一個比較好的人手，在這邊可以算是師字輩的人了，在台灣已經是師父了，可是在這裡他可能只能當助理，所以可能會有一種比較抵抗、排斥 fight 的心理，覺得我為什麼要這樣子。這也是之前我要去調解的問題之一。（黃志明，訪談一）

這一點其實也讓台灣本地電影製作對《雙瞳》籌備拍攝時所投注的注目與期待，有些落空的感覺，《雙瞳》的副導演魏德聖認為：

這也是我有一點要抱怨的地方，這部片在拍攝時，台灣的電影人都給予很大的期待，認為終於有一個這樣的片讓我們好好發揮我們的執行力與技術，但是到最後，這個執行技術的還是落在香港人身上，美術也是，特效則落在了澳洲人手上，這是有人抱怨，不過就只能抱怨，難得這樣一個案子，但是以製作單位來講，他們要求的第一點無非是安全，也不是說他們不相信台灣的製作人力與技術人員，也不是說國外的就比較好，只是現在台灣電影時常遇到的一個很大難題，是當你前面沒有一個很好的成績時，人家實在很難相信你能做出什麼樣的東西。（魏德聖，訪談二）

2. 專業與制度在跨國合作中更受重視：

《雙瞳》一片外籍技術成員的高度專業、制度保護，使得他們在職業上受到比台灣工作人員更高的待遇與更多的保障。在與外國工作人員交涉，或是前往外地進行電影製作的過程中，有的是既有行規，有的是強勢工會的支持，都使得台灣製作人力不論在素質或待遇上，有些相形見絀而顯得鬆散：

當時一到有較強勢工會的澳洲，當地會認為你是新力哥倫比亞（是美國公會會員）來拍的，會要求比照美國公會的標準來處理澳洲工作人員（不只澳洲，只又是參與該案的工作人員，如香港、台灣也是）。這樣一來，（就同一個工作內容）單單薪水就可能超過五倍以上，這是當地工會面對外來拍攝計畫可能有利用相對低廉勞工的情形，所保障的措施。...像工會這類事情，每個地方的工會在製作上面的要求都很不一樣。美國是非常嚴厲，保護程度也很高，最低工資、最多工時等等都非常清楚。每個地方的標準也都不一樣。台灣有工會，不過不知道台灣工會在幹嘛，有製片工會，不過我從來不知道...工會就是噓寒問暖的工具。（黃志明，訪談一）

黃志明舉了劇組中幾個職務的待遇差異，說明了不同地區的人力行情，例如，台灣一個攝影大助，「大概是12~16萬台幣一個月，香港的話當初來是一個月九萬塊港幣...但是實際上，這東西就是呈現了一個成倍數的差異了，像這個就有三倍吧...。攝影師也是看行情啦！」其實連大家的零用金都不一樣。像香港來

的拍攝人力有其行規得依循，「他們到外埠拍，公定就是一百塊港幣一天，沒出班就一百塊港幣，這是香港的行之有年的典型要求，也不是工會規範；澳洲八位工作人員則是要求一天 50 塊美金，我說不可能，講到三十塊美金，台灣從以前到現在就是一百塊飯費。」（黃志明，訪談一）

台灣人員在《雙瞳》一片的參與，其實待遇方面已是高於參與一般台灣電影製作的等級了，但是因應電影工業待遇是依據於工作者經驗與等級界定的條件來看，台灣的工作人員待遇的提升還是比不上外籍人員原有應享的高薪，延伸的工作位置更是弱勢。黃志明在《雙瞳》的製作中有既有條件的限制，對於本地人力待遇的可能問題，它能作的只能盡量安撫：

跨國合作的狀況，還有薪水上的變化，（台灣工作人員的比一般 local 的案子）稍微高一點，可是我不想把這東西拉的太高，我估計約是 10% 的提高，有些人可能到 20% 啦，視狀況。這是我和陳國富的一個共識：不要因為有這個錢，就把大家的薪水都提高，因為這樣之後會完蛋。...外面的人就沒辦法再來台灣拍片了，因為他們知道這還是一部台灣片，雖然有哥倫比亞的錢，有應該有台灣人的參與，但這些外籍的工作人員還是希望有公平的待遇。所以我要控制這些狀況。當然這東西是屬於學習的方式，也是有一種可能類似帝國主義的現象，就是我們要接受他們的方式，他們怎麼作我們要配合他們的位置，可能會變成只是一種「提供服務」的狀況。我也覺得他們一些製片的方式其實是可以慢慢在台灣實踐或規劃。（黃志明，訪談一）

3. 制度取向下監製製片職務功能的突顯

由於當前台灣電影市場的不健全、分工不夠專業、輔導金制度的不健全、國片類型的多元性不足、市場對於國片包容性不夠等因素影響，以致於專業製片人少之又少，甚至導演身兼製片人等多項身份，製片人對於電影商業化所能發揮的功能並不明顯，國片不論在質與量都無法有所發揮。在合資合製的趨勢下，製片人的角色其實是更為突出，在台灣電影人才極度缺乏的情況下，製片人在電影商業性經營上有著特殊的意義。同樣是華人市場，台灣的製片業並沒有如香港一般的電影工業機制，焦雄屏（1991）認為，與商業制度發展時間長的香港相比，台灣的確沒有把電影當作一種企業或長期發展的生產/行銷過程，製片業表現出一種攤販作風，一窩蜂地做直覺式的投機經營，相對地，以香港的嘉禾公司為例，該

公司有完善的製片、企畫、市場開發及管理制度，不但使其製作的影片品質提昇，長期經營所造就的市場更是有所斬獲。

朱延平也認為香港的製片人制度明顯，主導力也強，一直以來，香港的製片機構不但可以網羅到大牌導演，也能培養新進的導演人才，並持續推出可供商業運作的影片：

鄒文懷就是製片人（監製）⁹⁹，所以他會考慮成龍的片如何發行海外，嘉禾的片要如何發行，他是製片人，他也是製片人兼老闆，製片人是可以兼老闆的，鄒文懷、邵逸夫就是最好的製片人，還有向華強、他是製片人，也是中國星的老闆...鄒文懷他是很成功的製片人，但是成龍的戲他不干預的...這是大導演或是大製片之間的差別，大導演的戲他不敢干預，但新導演他就會叫過來說「你拍這是什麼東西阿，多跟人家學習阿，要重拍」之類的...像陳果自己也是製片人兼老闆，他一部片幾十萬，找了很多廢底片就拍了，你不能說陳果不是製片人，他和鄒文懷都是製片人，只是一個監製一億港幣的戲，一個監製三十幾萬的戲，大小製片人而已。（朱延平，訪談四）

《雙瞳》一片票房反應的市場接受度，正如聞天祥所說，證明台灣確實有統合與執行出一部精緻商業電影的「能力」，但是下一個成功案例遲未出現，也符應聞天祥認為台灣沒有這類「環境」的觀察（聞天祥，2002），拍攝《雙瞳》製作紀實《過境》一片的紀錄片導演楊力州也有著類似的想法：

《雙瞳》一片在票房上的成功，證明了台灣是有能力去拍出精緻、有商業實力的類型電影，以及台灣電影創作人才是具有實力的...。不過很多人面對《雙瞳》的成果，會認為是因為外資的關係...，但是其實倚賴外資是很可怕的，《雙瞳》應該讓大家認識的是創意上的品質肯定，對於台灣來說，很多地方、很多企業也是有辦法提供這麼多預算發展這樣一部電影的，他們只是

⁹⁹ 魏德聖認為台灣在近年倡導學習西方製片制度時，對於西方製片制度在台灣的名詞對照必須十分明確，掌握製片整體大方向，確定預算來源與規模、製作團隊主要人選，以及規劃為其製作影片整體行銷重點走向者叫做「監製」（如《雙瞳》中的陳國富，）導演直接對其負責；同時它直接對投資者負責，再下來是管理影片進度與回報，人員調度、預算控管等的叫做「製片」（《雙瞳》的黃志明、美籍製片Ricky Strauss都是），比較屬於基層的製片職務便是「執行製片（executive producer）」或「策劃」（便是魏德盛本人在片中的頭銜），其任務與導演組有相當關係，主要是維持片廠中工作的順利進行。（魏德聖，訪談二）

缺乏信心而已，雙瞳做到的，會是給我們本地更大信心，而不應是希望更多的外資進入。（楊力州，訪談三）

作為和哥倫比亞籌資以及採用本土創意題材的《雙瞳》製作團隊，其全由台灣人組成的背景提供了一個發展的可能，但也因為人力競爭力不夠的無奈，又須仰仗頗多外籍人力，使得製作團隊的商業導向效率訴求之外，卻也失去了培養本地技術水平發展機會的契機，這使得製片的管理角色即使由本地組成，也容易落得只是必須向外資集團負責、卻少有本地均勢發展助益的「外資代理」角色。

我們每天收工回去的 production report 裡面，所有東西都是被 follow 的，這就關於到整個製作，整個 production on schedule 變成不是口號而已，在台灣這常常就只是口號，到現場就是看著辦。...在這個過程裡面，製片的角色被凸顯出來，他有一種責任，要 on schedule on budget，在這壓力下，他要去把他的 power 發揮出來。...像合約這東西他們很在意，會計制度也非常嚴謹。我們這邊就是把帳做一做，但是他們有各種的規格，合約與會計制度我覺得是兩樣比較花多一點時間要去溝通的事。至於製作上的東西，像剛剛提的侵權的問題，我們也會注意，但也沒有像他們注意的這麼仔細。（黃志明，訪談一）

黃志明在經歷《雙瞳》的製作經驗，以及近期幾個醞釀中的企劃籌備之後，認為商業電影製片角色應被凸顯，並由其主導，持續推動題材與規模皆多元的企劃，利用聲譽累積的優勢，才有充分機會提升台灣的製作技術水平，也才能讓台灣電影工業走出長期「打地基，房子卻蓋不起來」的劣勢：

當然最高原則還是要把那部片作好，但是能用多少人，基本原則還是希望多用台灣人，...但是都沒有辦法...我目前就在談一個案子，也會用到香港攝影師等等，但是希望在台灣作的能更多，像特效我就希望找台灣的公司，我們有和 CG 他們談。...我是希望大家可以找一些機會，伴隨充足的預算，有個一兩次的合作機會，大家可以有製作默契，也可以拓展他們業務，...我希望是台灣自己能有一個結合，就我們公司和 CG 來說，其實我們都是在做 OEM，其實我們是可以結合來開發一些題材，...我也一些從事創投的朋友他們認為，也希望可以在台灣這裡建立一個生產線的基地，他們在好萊塢有公

司了，也有拍了三四部片子，希望可以把一些在好萊塢投資案拿一部份工作來台灣，可以提升台灣的技術水平，可以作深耕。

黃志明認為，《雙瞳》最大的成功是在票房上，「當我們回頭再看這個工業，最大的問題就是票房的積弱不振，當出現了票房的成功，其實就帶來了一點希望，...雙瞳票房的 credit 也造就了陳國富監製角色的名聲，這記錄也是十分珍貴的資源，以後他去和別人談的時候，...會有一種說服力的加分，我也接了很多的創投的洽談。」不過雖然人力的製作記錄帶來了人力選擇上的優勢，其實在選擇投資製作上還是要看案子本身的內容，「有些片子還是用不著也這麼大的製作規模的，不需要用到什麼與國外的合作。...這些方向都是良性的發展，剛剛提的創投朋友的想法也是，他們希望可以拉起我們的技術水平，然後他們才願意來這邊作投資，讓我們可以自立更生。這也是一種方式。」

針對以上三點，製作人黃志明從《雙瞳》一片得到的製作經驗，其實對未來發展仍抱持著樂觀的態度，但是他也同意這並不是代表台灣電影的成功，這部片的成果只是一個機會，也暫時只能在市場的票房層面有明顯影響，之後的接續發展動作會是更關鍵的。由於台灣有限的市場，黃志明也認為跨國合作已是台灣必走之路，但是再從發行出發的考量之下，他也認為無法忽視應藉由跨國製作提升台灣本地技術製作水平的最大前提，也是他認為之後參與電影製作時所不能放棄的均衡問題。

《雙瞳》在許多方面的特出性在票房上「不像國片」的表現後，著實引起不少討論：有的是行銷面，有的則是導演編劇與影片風格的內容面。不過要是和同時籌備拍攝的兩岸三地四部影片比起來，《雙瞳》帶起的似乎不是一個台灣電影製作發展的趨勢，而只是一個短暫的特殊現象。當時生產出《大腕》與《天地英雄》製作計畫的大陸地區，有著廣大且待開發的觀影人口，儘管政策對於拍攝集資限制重重，有興趣的外來資金還是對大陸市場的發展躍躍欲試。不只包括了哥倫比亞積極參與大陸影片的拍攝，還有如投資張藝謀《英雄》一片的米拉麥克斯 (Miramax) 公司，政策的合製規定與外資的利益取向其實對於大陸本地的電影製作的成長有著刺激作用，在大陸市場反應極佳的《手機(Cell Phone)》(2003) 一片也是而哥倫比亞和中國聯合拍攝的。而商業機制已經十分完備的香港電影，雖然最

近外資合製的企劃案在市場上的表現沒有這麼突出¹⁰⁰，然而現在的香港電影因為商業體制的發達，製作業其實一直都有很活躍的表現。與《雙瞳》同一年出品，香港寰亞公司出品的《無間道》在港突破五千萬港幣的成績，證明了在商業影片的製作仍具實力，尤其在 2003 年大陸將港產影片列入本國影片，港片不在受大陸境內配額限制之後，又有了更多的發展機會。在現在跨國企劃製作案商業取向的趨向之下，台灣相對地就居於弱勢。

不過，朱延平以製片人的角度面對跨國企劃製作案的趨勢，卻認為不一定要附和這一波跨國風潮，認為以台港大陸為主的合製模式早已行之有年，但合資卻會使製作趨於複雜，必須與複雜的會計制度協調，又必需與多重資方妥協，因此限制會更多，也不能拍出真正的台灣電影：

合製很簡單，只要你有錢就可以，我的戲有香港的程小東來做武術指導，到大陸拍片有大陸的工作人員，我到大陸拍的片都是合製，可以有劉德華、寧靜來擔綱，我也常常合製。可是合資就很麻煩，這牽涉到會計制度等等，就需要有專業人去處理這些，我只要有錢就可以找到很多高水準的人一起來合製。合資是別人拿錢出來看你怎麼用，就很麻煩。

當朱延平被問到，台灣若是擁有了足夠的資金，可以大量去作很多合製的大規模影片，是否我們就會有一些優勢存在？朱導演的看法也是保留的：

未必。...只有成功一部《臥虎藏龍》，那就像是六合彩中頭獎一樣，現在的成功其實當時像是賭博，.....不是常態，大家不要試圖在裡面找出什麼「李安模式」希望找到下一個李安，我們不能整天討論怎麼去中頭獎，就一直去賭博，那台灣電影會死的很慘。大家（包括李安自己）當初都沒想過他會這麼好，徐立功、中影、邱復生當初都不敢投資，最後才找到哥倫比亞，投的錢也不多，比《大腕》、《雙瞳》都便宜，還比《英雄》便宜。《英雄》勉強算是打平的一部，其實它海外也不行。《臥虎藏龍》只是南柯一夢。...所以我覺得合資合製的優勢不見得有，結果出來的片子東不東西不西，只是些三流洋片，並沒有什麼優勢...像徐克的《蜀山傳》，還被美國退片...。

¹⁰⁰ 如徐克的《順流逆流》、元奎的《夕陽天使》。

在討論跨國製作是否適合作為台灣電影製片部門的發展方向討論之外，也不得不探討發行部門所扮演的角色。台灣製片業到了 1980 年代起，雖然有著解嚴後出現的娛樂消費發展機會，但在認為香港電影有利可圖的台灣發行業者與電影投資業者帶走了相當比例的資本之下，卻反而漸漸減低對台灣電影製作部門的支持，加上許多政治經濟環境的失調，處於獨立且不穩定的製片公司因此面對人力散逸，生產能力降低的頹勢。導演、攝影師等本屬線上人才，大多開始從事其他行業（如廣告、電視）以維生計，黃志明製片說：

像鈕承澤¹⁰¹一直拉我去作電視，說實在我今天要是要賺錢，我就作電視了，我雙瞳之後只做了兩、三部片子，但是又怎樣，就是沒做起來，沒起來自然會急，我也是四十歲了，我今天要賺錢，我就和豆子（鈕承澤）拼了，因為電視所有東西都是一筆生意，都是可以看收視率看廣告收入的，都可以算的出來...。我們幹（電影）這一行做到現在，也無非是希望這行有它的延續性，你說賺多少錢都是騙人的，真的賺錢還是要靠電視，電影反正就是做夢，這個夢其實也不這麼實際。

此外，1980 年代面對著這時期出現的許多為提高版權金而拍的劣質院線片錄影帶、色情影片等充斥本土影片市場，使得當時電影製作多是小成本、製作工時短、演職員短期且非專業的情形，不但生產者往往只獲得基本的勞務報酬，更無法建立技術傳承與能力的培養，對台灣整體電影工業景氣徒然無益。到了 1990 年代初，台資港製的製作模式成為台灣電影投資的主要模式後，台灣的製片業可說完全被資方放棄，本土製片失去經濟基礎，走向減產、停工或轉業之路，情形愈趨蕭條。更不用談 1990 年代到今日好萊塢橫掃台灣電影市場，卻無助於回饋本土生產工作的現實（盧非易，1998）。這期間商業電影的製作架構也急速萎縮，像原本都只從事導演位置的商業導演朱延平，認為自己也在格局的侷限下影響了作品的品質：

少了老闆嘛，少了製片人啊。因為它們都改行了，老闆已經不買片了，連中影都不拍了，所有的大老闆都破產了倒掉了，改行了做別的了，所以老闆都不見了。所以我要自己出錢，現在我的戲我自己是老闆。製片人也改行了，

¹⁰¹ 電視劇導演/演員，早期主演過許多台灣新電影，如《小畢的故事》(1983)、《風櫃來的人》(1983)。

因為現在老闆不見了，資金沒有了，很久才拍一部戲，很少，那就去做電視，電影沒有了。...所以我就要兼老闆兼製片人，雜務一大堆，我每天要籌錢、看哪家戲院可以演，還要找演員什麼的，很辛苦。每一樣都做不好，我導演就分神了，每天導演還要想明天要多少錢，錢不夠，一場撞車戲就刪掉了，我以前當導演才不管有沒有錢，撞車要就是要，這就是致命傷...。

同樣是導演兼任製片的情形，像朱延平必須適應產業萎縮環境所造成的不理想效果，《雙瞳》導演陳國富同時擔任製片的狀態相較之下便十分穩固，因為該片的製作人環節是以分工且有高度控管概念的製作人團隊方式進行。今日的台灣電影勞動，可以說不管是提供創意的線上、技術支援的線下勞動，都失去了發展的環境與機會，雖然台灣電影的藝術成就在 90 年代深受國際肯定，但是也掩蓋不了台灣電影創作人才不等同於有效勞動人力、創作環境不等同於產業規模的事實。黃志明這樣在執行《雙瞳》一片的發展期(development)就體會到與台灣電影一般截然不同的製作方式：

這些就是我覺得很不一樣的部份。應該是說，從一開始就不一樣，我覺得這個不一樣的產生，不是說他們有什麼了不起的，而是台灣太不正常了。（一般有制度的方式是）等到演員和預算 greenlight 之後，你才真的進入 pre-production。以前我們沒有這個概念，反正就要拍的快，就快找人，找到人就 pre-production 這樣子作，好了片子就拍了。這其實兩件事茲事體大，一個是成本沒有通過，是沒法走的...第二是你主角是誰，你沒確定是不行的。到開始作 pre-production 和編制各方面，其實都是和之前經驗都不一樣，都是全新的東西。我覺得他們的方式是比較像外面一般正常的做事方法，我們就比較手工業，很多事情都是看交情看信任度就去做了，這是不太一樣的。所以後來我回頭在做台灣片時，也會比較希望是拿這個方式去執行。

面對這世紀初興起的跨國影片製作風潮，像《雙瞳》這樣的一部影片製作，毋寧是對台灣電影製作勞動一個向外對照與檢驗的機會。黃志明製片也認為《無間道》的成功其實是香港電影工業結構完整的一個指標，而從《雙》片在票房的成功，其實也某方面說明了台灣電影在市場上仍是有某些機會的：

我覺得有一點可喜的是，《雙瞳》的票房成績是有意義的，像《無間道》在香港成績一樣，大家會認為香港不是都是爛片，還是有《無間道》這樣有質

感的，即使它是百分百商業取向，拍攝方式也和一般香港電影一樣，不過它就是讓人覺得有質感，證明香港人有能力這麼作，這樣的成績就反應在票房的大賣，《雙瞳》也一樣，或許還有一點民族主義的考量，可是它的確帶來一些鼓動，認為台灣還有一部片還不錯，做到這一點是很珍貴的，我們當初很怕的一點是，我們把兩億花完，然後只有一千萬的票房，這樣就真的不知辛苦所為何來了。

不過對於黃志明製片偏向樂觀的看法，策劃魏德聖卻認為《雙瞳》的票房成績其實差強人意，這差強人意的結果其實也影響這外資如哥倫比亞的製作態度：

好萊塢的做法是：當第一次試圖投資，是嘗試，用少部份的錢來作這件事情，後來發現，它只能在這裡賣而已，別的地方都沒有賣，就會覺得，這地方的人才與執行能力是有問題的，也許再觀察幾年再投資好了。可是這個「再觀察幾年」，很容易就變成「沒有」了，因為這段觀察時間，如果這個地方的人不自強，它也不會看到你有什麼不一樣的、可以繼續的發展，自然也不會再往這裡下注。

對跨國製作電影個案建立著重的商業趨向來說，資金的投注自然是有系統而謹慎，而在勞動人口的募集上，由於是多國電影工業的代表結合，已經無暇顧及國家層次的電影工業發展，而是以各地菁英募集的方式進行，也就是因應創意創作內容的需要，作線上人才的統整，而基本製作人力則因地制宜，這便表示了一個具有製作包容性與市場競爭性的製作地域，才有透過跨國合製發展整體（不只是線上，更包括線下勞動）的電影工業勞動。從這個前提來看，台灣電影製作，面對著具有廣大市場利基後盾急起直追的大陸，以及基礎厚實、創意與技術勞力接足具代表性的香港，競爭力令人捏把冷汗，也讓人擔心，加入跨國合製的台灣電影勞動人力，在巨大的結構落差下會面臨什麼樣的後果¹⁰²。《雙瞳》一片，也有許多方面確實顯示了這樣具有落差性的結構。

¹⁰² 李亞梅(2002)也認為，台灣電影因為缺乏電影工業的支援，和香港電影區域合作或國際化講求全面且確實地和其他國家進行技術與人才的交流合作、以及在資金、技術與人才上的實際交流與合作的前提相去甚遠。所謂的國際合製或合資，在台灣實踐層次往往淪為單方面仰賴國際資金的挹注，是一種國際化的假象，一旦外資無法獲得合理的回收效益，所有投資計畫將立即停止，屆時，基礎薄弱的台灣電影工業又將回歸原點，只能自求多福，更遑論資源共享、互取所需等截長補短的效益。

此外，《過境》導演楊力州對於跨國合作之於《雙瞳》的意義，認為其實不如藉此檢視國內電影工業發展提供的機會重要，它認為《雙》片之後，我們也應該做到的是國內電影技術教育加強與技術的廣泛提升，這些都是可以從教育層面做起的：

要光靠《雙瞳》一片做到解決台灣電影工業很難...。對於台灣電影發展，我們應該繼續做的是本地的紮根工作，而不只是重視資金的流動與技術的引進...我認為最重要的還是創意的部份，像這次《雙瞳》拍出來的結果，就說明台灣是很有導演、編劇，以及演員的才能的，這和香港的工作態度、澳洲的技術支援，其實各擅勝場，

紮根的工作我認為可以從兩點做起，第一點是專業技術的養成、第二點是觀眾美學觀念的建立。第一點就台灣現今的電影學院教育來說其實成效有限，但是也還過的去，因為這是和產業規模有關，當產業規模能有提升的機會時，這方面自然也會有所增進...。



三、小結

本章將分析重心放在電影勞動之於跨國製作的存在位置，並檢討台灣在商業電影製作在華語電影圈之間的比較，想要問的問題便是：跨國合製的華語電影對於台灣電影工業的發展，是應該奉行的方向，還是值得深思的現象？像《雙瞳》這樣少數由台灣主導創意內容的電影，其製作過程與過程又給台灣電影製作的勞動賦予什麼意義？

相對於現在商業市場風光；但市場也相當多元的韓國電影、香港電影，甚至好萊塢電影，台灣電影相對之下呈現的已經是結構性的問題，製片黃志明認為，「台灣現在沒有，它現在是一種基礎建設長期處於打地基的狀態，一直都打不起來，當基礎打好了，一個完整結構自然形成。美國有是有十分前衛、地下的實驗電影，也是同理，從這角度來看，票房就成為很重要的指標，它代表了產業的產值，也帶動了產能的存在以及就業人數。」其實現在對於台灣電影有恨鐵不成鋼的心理，也是可以理解，不過或許台灣可以藉著現有的優勢（創意內容），在質與量上力求多元，符合完整結構的需要，一個健全的工業自然會產生。但是對於

跨國製作，由於有著太多商業考量的優勢，常被視為一個完美的解決方案，但是如本章提到的勞動問題，以及在台灣《雙瞳》一片的例子，其實也顯示跨國合作可能也無法達到真正的均衡（至少在勞動力的處理，其實對台灣有著很多的變數）。事實上，哥倫比亞在台灣的拍攝案在《雙瞳》之後，只有一部格局偏小的《20 30 40》，且其港片背景更為明顯，和華納投資的《向左走向右走》(2003)類似，相較於大陸香港合作的《功夫》(2004)等片大發利市、甚至大張旗鼓籌備續集，這是否也暗示著對於哥倫比亞這個對亞洲十分感興趣的電影製作跨國流動資本，對於台灣投資製作的態度由於製作制度上的無法契合，已經呈現了某種邊緣化？

在此同時，許多商業性高的大規模製作，其實在台灣仍在《雙瞳》之後持續發燒，如《雙》片編劇之一的蘇照彬與《雙》片製片黃志明，結合國片輔導金以及從科技業跨足影視的中環集團資金、由蘇照彬首度挑樑執導，在今年(2005)五月開拍的《詭絲》，其政府政策輔導以及本地企業挹注的背景已經和外來的哥倫比亞投資背景大不相同（聯合報，2005/6/03）。不過在一億多元台幣的高成本下，其劇情走向與製作架構都與《雙瞳》路線似曾相識（一樣的鬼魅與驚悚元素，一樣採用跨國演員、同樣堪稱高額的成本，以及多國人力的參與（聯合報，2004/7/06））。從《雙瞳》到《詭絲》，我們同時看到的，是資本來源的高度流動，以及商業製片思惟在台灣試圖紮根，對於跨國資本高度利益取向可能對如台灣等製作單位採取的「研發單位」之企圖¹⁰³，在這部片的策劃以及執行中，或許能夠顯示某種擺脫其支配的可能，但是其結果對於台灣電影製作的商業取向會帶來什麼影響，效應是正面多於負面，現在都是只是預測，但是確定的是，身處商業電影製作蓬勃的亞洲市場，台灣確實意識到了商業製作的重要性，但是台灣如何能突破原有格局極小的電影產製模式與組織架構，正是面對這個問題時，所需解決的首要課題。

這股著重具有高流動性的電影商業性製作風潮，不管在影片的製作制度面或是內容面，都有別於台灣主要採取的全球藝術電影市場路線，同時也是來自於對好萊塢力量的相對反應，這些反應所導致的行動，對於好萊塢或是順應、或是抵

¹⁰³ 張世倫分析，台灣電影持續存在的困境，讓其生產的影片多落得僅是提供異國情調影像的另類影片，即使是採取如《臥虎藏龍》之後興起的外資跨國製作路線，也只是成為外資在全球本土主義(global nativism)戰略之下「研發部門」而已（張世倫，2001）。

抗，《雙瞳》就是一個順應中試圖走出自己模式以供抵抗的例子。在動態的文化產製過程中，《雙瞳》做到的或許引發的機會多於影片本身帶來的實質成就，透過在台灣誕生的《雙瞳》，不管是制度性的建立或是通俗大眾性的講究，「商業性」卻是這股動態過程中比好萊塢還重要的影響流動因素與動力。



第五章 結論

本研究從今日跨國資本的全球化商品流動角度，以電影的商業化訴求明顯的商業電影為討論對象，探討同時具有承載文化意義以及工業生產思惟的電影製作工業，在自由經濟資本流動的態勢下，如何在文化與工業意義上產生全球性的變化，並將這樣的討論，放在台灣正在成形中的商業電影製作趨勢。這股製作趨勢中，涉及了對好萊塢的相對性動作、多國資金的投資策略，以及在地製作生態的對照與衝擊，這些都決定了影片製作的權力相對位置。

在這波趨勢中，《雙瞳》除了其商品在市場的實際成績以及文化表意的商業處理值得探討，這部影片對於台灣商業電影製作確實也具有指標性的意義：它初步測試了台灣採取類似製作路線時，其實是有許多進步空間的，且在其跨國資本的促成的前提之下，本片的背景也代表了更大區域（如亞洲、甚至東西方）電影工業整合的部份評估。在最後進行討論電影工業與製作的全球性轉變趨勢之前，本章將先整理對於《雙瞳》製作個案的研究結果。

第一節 賣點題材的全球過渡：電影製作「可攜性」的成形

本研究在採取全球化論述與政治經濟角度為論述基礎，試圖探討全球性的結構基礎與時空劇變下的流動特質，所造就的全球性文化商品製作動態，其文化內涵與產製架構如何產生商品化的質變。當我們再回顧文獻部份有關文化全球化以及今日娛樂及電影產業的跨國經營的架構中，電影本身不只是被作為一個文本來書寫以及詮釋，更重要的是，它是被視為一個商品進行產製的。在今日軟體硬體以及大量資本所共同促成的高度文化流動現象中，不同文化之間元素不斷產生交互作用，其影響本應難以預測，但是在高度資本取向之下，具有文化表意功能、在世界各個媒體網絡流通的許多媒介文本也就常常有這類似的脈絡可循，其中的商品性以及設計思惟便是最明顯的一層。以《雙瞳》所屬的這一波國際合製的商業電影企劃及相關案例為例 在其所屬的這股電影商業製作的全球流通現勢裡，這樣的製作方向隱約形成了對一種商品的大眾「可攜性(portability)」訴求的

重視（就像台灣現在普及率甚高的可攜式行動電話一樣），這樣的製作理念是由商業經營的角度出發，處理不同文化元素的詮釋可能，在一個具有可攜性的電影文本產製成形並不斷在世全球電影市場流動時，便成爲了另一個如 Giddens 所說「世界性社會關係的強化」，只是這個強化的過程，多半發生在西方高商業性的電影工業與其他地區電影產製的體質轉變之間的連結，其中展現的市場趨力也更形明顯。這樣的可攜性本研究初步整理出幾種特徵：

一、需求的大眾化

因爲高度成本的投注，需要大量回收的大眾電影商品，需要有基本的商業通俗性，這便是商業電影在製作上企圖建立的需求大眾化的訴求，這和本研究中所提到的文本「通俗透明性」有關，而且需要整合度高的相關產業與流通管道作支持與擴展，這也是爲什麼 Olson(1999)認爲美國好萊塢的電影文本具有高度透明性的競爭優勢的重要條件。

此外，高概念、類型元素等與大部分觀眾有所連結的商品設計和創意架構對這個訴求的建立有很大的影響。這些製作規劃的面向加強了影片商業面向的開發，在這些影片具有大眾化的市場以及值得肯定的創意展現時，在電影文化創意元素的操弄與市場的可銷售性做了適當的結合，影片的市場注目度與生命週期都能提高。不過單純結合兩種面向的設計便是大眾化市場成功的保證，兩者之一有所偏廢而無法均衡，都不能達到預期的銷售效果，《雙瞳》雖有成功的行銷策略，內容方面卻因各種因素執行不如預期導致的缺乏吸引力，便是一個例子，這裡所說的「各種因素」，便是可攜性的另一點：題材上的特出性。

二、創意與題材的專有化

這裡講的專有化除了題材上的獨樹一格，還包括了製作人力記錄上的特出。題材本身除了商業取向必須符應大眾訴求，在今日創意商品化下生命週期造成的類型容易疲乏，新類型或是類型更新的要求一直都有，尤其常以從事大量生產的好萊塢電影工業爲風氣之首，也影響著其他文化區域的電影工業開發方向。

除了類型本身創作人員的苦思，對於其他類型、創作與文化元素的借用在今日全球電影市場高流動性帶來的來往便利之下變得更重要。香港從導演人力到武打人才都能夠前往好萊塢是典型的模式，大陸近來許多大型電影（如張藝謀的《英雄》、《十面埋伏》，到陳凱歌預計 2005 年出品的《無極》）除了廣納亞洲各國人才，也正為大陸電影製作與這些電影導演塑造著其獨有的專擅類型與可賴記錄，這也是商業創作可攜性的創意與題材專有化訴求的例子。但是台灣除了在全球藝術電影市場具有一席之地，但是目前卻缺少更多新的代表性作者，可以說連創意性的專有化條件都出現了趨弱的跡象。

三、製作的制度性與彈性化

這點也是本研究第四章的討論焦點，當電影商品化製作如同其他文化產業循著彈性專殊化取向作全球化發展時，製作模式的制度性與彈性化會是電影商業創作文化可攜性的制度性基礎，而這裡所重視的制度取向與彈性，將使具有可攜性的電影文化產品的商業功能比文化意義更為明顯。

制度化帶來的製作效率是電影實際製作過程的穩定性基礎，當一個地區的电影工業具有分工清楚的製作制度時，不但有利於當地影片的執行效率，進而促進大量拍攝，進一步也型塑了這個地區的电影工業整體架構。在今日電影製作資本以跨國方式在各地尋求合適投資地點生產的訴求之下，制度性的優勢更成為了吸引投資的重要號召，在資本取向的趨力之下，跨國性的電影製作在帶動許多區域電影製作的同時，也將促使各地原有電影製作制度與政策的轉變。跨國電影的內容可以天馬行空，但是製作架構的訴求則在追求商業效率的原則下變得趨同，一切都是為了具有高度市場流動性的電影製作鋪路。

此外，文化商品在獲利原則下的製作彈性策略，除了反應在創意的可用性、可銷售性以及製作記錄的參考性等訴求之外，也強調著主事人力其製作能力對於各種企劃案的有利程度。換句話說，制度性較屬於地點面向的製作條件，而製作的線下人力也包括在其中；彈性化則屬於文化內容創意面向的製作成本投資方向，對於提供大量同時多元的電影商品有其助益。

而就中、港、台三地的製作條件而言，香港的優越技術以及大陸的豐富拍攝資源、人力以及跳躍般快速的產業發展，都是吸引資本的突出條件，而台灣雖然具有高度創意人才，卻由於制度上的不對稱，這些創意人力的流動性可能十分高，無法與本地的產業生態充分並進，某方面成爲了台灣電影商品拓展商業性市場的阻力。

總結來說，電影製作商業面向講究的「可攜性」，受到商業邏輯的影響很大，也形成了許多選擇權掌握在市場導向的跨國資本手上。可攜性的存在顯示了電影在既有文化元素的組成之外，必須在多個市場的商業規劃上做出可能與原本文化元素無關的選擇，而這些選擇權通常是掌握在資本方的手中；在可攜性訴求的主導之下，跨國電影的製作不只呈現了新的電影風貌，也影響著電影所代表的文化再現，當一部採取商業取向、類型影片精神，以及高概念製作行銷策略等準則跨國影片完成時，所採取的不同文化元素將出現不同於以往的處理方式，《雙瞳》這部影片的製作以及呈現的簡單、零散、片面化的在地文化元素處理，而且這樣的處理和上面提到的跨國商業電影製作模式很有關係，這便是一個很明顯的例子。

從上述角度來看，可攜性的運作，便是文化產業的跨國性資本對文化產製行使控制力量的方式之一，可攜性不只主導著影片的製作，也對各個地區的市場與產製結構，進行評估與階層化的處理，在文化層面，傾向於取材在地文化的跨國影片，事實上也針對著全球市場取向促使著另一種在地文化的再塑造。事實上，這個世界的各個文化的流動程度不盡相同，有些較爲封閉的文化在當初存在時並沒有四處流通的現象與必要（例如印度、非洲的文化），有些則是具有高度的流通彈性，以致於在今日的全球文化市場中大鳴大放（例如英美以及西方文化）。這在今日的文化全球化結構中，往往形成了文化出現了優勢與弱勢之間的階層化關係，如今在全球性文化產業的高度產製與流動之下，更進一步促使著這些文化領域在追求商業成績的同時，也造成了將自己文化往高流動性看齊時所產生的另一種質變，例如在這裡所提到的文化產品可攜性。

然而因應著全球性流動特質以及商品化文化產業思維而生的「可攜性」方向是不是適合台灣繼續發展，進而成功的方向，對台灣商業電影在亞洲、甚至世界市場的競爭力有頗大的影響，而《雙瞳》的案例其實具有相當的啓示性。

第二節 《雙瞳》製作成績的檢視

本研究試圖就《雙瞳》的製作物與製作過程為分析對象，除了討論這個跨國製作案成形的時間背景與相關決定因素之外，我們將討論的焦點放在台灣作為一個商業電影製作環境在「百廢待舉」的條件下，面對保持試探心態的跨國資本時的可能狀態。

一、內容上的商業性實踐

首先，從《雙瞳》的內容談起。本研究認為，《雙瞳》的出現並不代表著一種台灣商業電影固有優勢的發展機會，而是一種尋找可開發類型的可能，而且這樣的可能還需要很多方面的改變能達到。這樣的可能是來自好萊塢，可能是來自香港、甚至是來自台灣本身的題材，但是共同點都在於找尋一種可大眾化行銷的電影拍攝方向。這部份本研究援用驚悚片類型元素的商業意義與應用、以及高概念的形構為起點，檢視《雙瞳》在創作時所試圖架構出的商業性，結果發現，《雙瞳》對於商業操作的前提十分清楚，也出現了跨國背景影片所帶有的跨文化現象與元素，但是執行上卻差強人意，在內容的商業特出性上缺乏明顯且正面的建構，也就是原創性的不足，採取本地題材與元素的目標不夠成功，更不夠明顯。此外，該片的行銷策略雖然十分成功，卻在核心內容缺乏特出性，也無法將影片與行銷內容相輔相成的企圖，形成了一般好萊塢大型劣片常出現的重行銷輕內容現象，這對於影片的短期票房或有助益，卻對需長期建立的口碑沒有幫助，本片的商品週期自然不長，大成本的商業企圖自然無法完全達成，本片勉強打平的票房以及不如預期的發行狀態可以說明這個現象。

二、製作架構的商業制度對照

另外，《雙瞳》揭示的另外一項台灣電影全球性與商業性的議題，便是制度與人力架構上的討論。制度決定了一個區域的電影製作的彈性與商業優勢，人力則是隨著文化產品中線上、線下不同的製作階級而決定他們的流通度，基本上，越趨線下的人力，越受到該區域的製作制度決定其職業發展。文化商品的生產在跨國資本與電影工業的整合結構之下，全球文化產業流動的不只是文化與創意元

素，還包括了主事提供文化條件的線上創意人力與管理階層，而同樣屬於人力性質的資源，替代性高的線下技術人力的被採用則缺乏流動性，須仰賴製作地景以及當地製作制度才能吸引資本，提供職業發揮的機會。這個選擇結構在如哥倫比亞亞洲這般的跨國資本所採取的「安全性」投資原則主導之下持續地被實踐。在這樣的製作方針以及試探性企圖的實踐結果看來，跨國資本目前對台灣本地製作架構與制度的評估並不樂觀，除了技術上的不信任反映在跨國性的人力配置，影片完成之後，哥倫比亞並沒有增加在台灣製作機會，也顯示了不樂觀的因子依然存在。相對地，大陸市場的蓬勃發展，便成為了跨國資本掌握選擇權之下，主導製作生態的明顯對照。

整體而言，《雙瞳》的成績並不能與開啓華語地區商業電影跨國製作模式的範例《臥虎藏龍》相比，甚至對於哥倫比亞的製作策略而言，也是一個不如預期的經驗，這和它的內容走向、製作條件等變數有關，對於台灣電影製作的意義而言，《雙瞳》並沒有帶來即時或明顯的帶動作用，因為工作組織的多國組成以及主事人員的外籍背景，也使得製作成果的記錄經驗對於本地人員只建立在少數監製、導演等創意代表上，對台灣的電影製作產業帶來的正面效應的確不大、不夠全面，這也形成了本研究進行過程中，不同職務對於《雙瞳》製作成績評價不一的情形，處於管理階層、面對國際資金控管機制的黃志明製片所採取較積極樂觀的態度，和位於創意產製末端階級，不具決策地位、仰賴製作經驗的魏德聖副導演對本片許多地方尚待加強的看法有很有趣的落差。因此，對於跨國製作，本研究建議或許不妨視為一個「建立機會的機會」，同時考量多元發展的其他機會（例如國家政策的再聚焦，電影工業力量的再整合等），對於台灣電影製作產業的影響，或許會更趨於正面，而不只是延續跨國勢力的成功而已。

但是作為一個採用大型預算與商業製作的先行者，《雙瞳》作為一個與其它領域製作架構的對照與檢討的意義，以及開啓類似模式同時選找其他更有利的商業製作可能方向，對於因為長期著重藝術電影市場路線的台灣電影製作而言，都是具有正面的意義，當台灣電影製作業要從中整理出什麼樣的影片拍攝經驗，其實可以問兩個問題：一個是「要拍什麼？」，另一個是「要怎麼拍？」。在雙瞳的例子中，本研究認為製作團隊都注意到了這兩個問題，但是本片製作實踐卻因為缺乏應發展的優勢以及太多既有問題的存在，落得不甚成功的結果（不管是帳

面的票房意義或是結構上的產業意義)。或許對台灣電影製作工業之於在地、亞洲，甚至全球電影市場而言，是否能發展出自有專擅、且具大眾賣點的電影類型、同時經營出具有效率與規模的製作模式（這幾點都是《雙瞳》試圖做出的突創，但其實不算成功），將會是工業狀態得以存續甚至興盛與否的關鍵因素。

今日台灣電影製作在商業性的考量下，必須與長期處於國際藝術電影市場流動的固有狀態做出分別，另一方面還須兼顧製作的成本、規模與製作效率，這些在實踐上更需要持續且有彈性的多元方式，而像哥倫比亞亞洲這樣的跨國大型資本帶動的國際合製帶來的製作思惟，其實對台灣帶來了十分新穎且充滿可能的參考價值，但是也必須深切考慮其可能帶來的製作問題：例如在地／全球性訴求的文化再現與商品操作並存下的處理方式，以及大型製作規模與獲利要求之下的製作制度性限制，這些都是和文化的全球流動與文化商品的管理模式的分析有關，更重要的是這包含了資本流動控制之下所涉及的一連串「如何選擇」的權力關係問題，也是本研究初步整理出之「可攜性」所應進一步探討的。從這些層面看來，不論是日前即將拍攝完畢、內容與《雙瞳》十分類似的本地投資產品《詭絲》，還是以獨立製片姿態正處於積極尋求大型資金商業經營籌備狀態的《賽德克巴萊》，都是台灣電影商業性質製作的新嘗試，也都值得朝這些方面作進一步的關注與分析。

本研究在這裡所整理出電影商品在全球化市場生產需求下浮現的「可攜性」的取向，希望對於亞洲目前許多大型規模電影製作的商業性建構趨勢，可以作為一種解釋性的工具，探討當資本以商業目的投入同時具有文化與工業意義的電影產製時，面對全球性的市場規劃，會對電影商品化的進程產生什麼影響與差異，從工業的運作層面進一步影響著這些生產區域的文化再現。這裡我們應該注意的是，本文雖然是以有跨國外來資本的《雙瞳》為研究對象，但是研究整理出的結果帶來的啓示並不一定只能用來探討來自西方資本的商業電影製作，本研究強調的是一種電影商業性摘在全球流動的動態捕捉，西方（以好萊塢為代表的）這股商業力量雖然最具投資活力，對於製作例子的影響力也不容忽視，不過我們應該了解的不只是這類「好萊塢」性，好萊塢只是這股商業性文化產製流動力量的重要參與分子之一，這和其掌握的高度文化商品整合流通管道有關，要是考量在流通權力之外的條件，我們探討的便是各文化之間的差異與調適性，以及商業思惟

帶來的決定性力量，畢竟，不只是好萊塢，許多在地的大型資本也在文化商品的產製之中，對於其產品的可攜性，做出實踐以及選擇權的控制，這方面屬於權力關係的議題，正是這方面研究的一個重要的再發展方向。



第三節 研究限制與建議

本研究以《雙瞳》的影片製作過程與產物為主要研究對象，之前有關《雙瞳》的研究，有詹瑋琦(2002)的研究，不過著重在該片的行銷策略與執行上，本研究某方面算是補充了該研究尚待發展的若干電影商品本身的商品性質研究，不過仍將重點放在文化元素的商業化處理部份，對於該片文本，其實還有許多可以分析的地方，例如以華語電影工業或是台灣電影工業的全球化狀態而言，本文的研究對象《雙瞳》與整理出的可攜性觀點有一定的解釋力，但是由於類似個案與研究數量太少，無法將研究的現象做更完整的解讀，也還無法建立起一個比較穩定的觀察結論，這將是將來相關研究發展上必須追蹤之處。

此外，片中的在地元素、地景是如何再現、與台灣電影常見風格的關連性，甚至是台灣觀眾對於大眾性電影採用觀看的喜好狀態的調查與原因細究...等等，都是研究《雙瞳》這個全球化混血文本時，應該在深究的在地根源，這點是電影文本以及市場產業分析上建議可以再進一步發展的地方。

在研究方法的執行上，本研究還採取了訪談方式，希望藉由參與本片製作與拍攝人員的參與觀感與對該片成績觀察，然而本研究在進行期間遇到一些訪談的限制，有某些訪談題目不被接受提問，主要是有關影片成績以及涉及訪談個人人際關係的限制。研究中，負責拍攝《雙瞳》側寫紀錄片《過境》的楊力州導演還表示因為與哥倫比亞公司簽有保密條款，不得對外發表與《雙瞳》有關的個人看法。在訪談時，有些受訪者被問到有關《雙瞳》的成績時，態度也有所保留，這些都可能對訪談的整理結果有所影響，建議未來要發展類似相關研究時，除了訪談與二手資料整理方式之外，還可採取其他資料蒐集方式（如參與調查法，參與影片的產製過程等方式），應可讓研究結果更為周延。

參考文獻

【中文書籍】

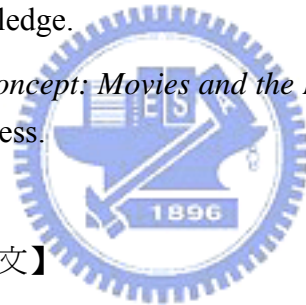
- 王清華(2000)。〈1999年中外影片發行與市場概況〉。收於《中華民國電影年鑑：2000》。台北：電影資料館。
- 王清華(2001)。〈2001年台灣電影市場〉。收於《中華民國電影年鑑：2001》。台北：電影資料館。
- 王清華(2003)。〈2002年台北地區電影市場剖析〉。收於《中華民國電影年鑑：2002》。台北：電影資料館。
- 朱元鴻(2000)。〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉，收於張荳雲（編），《文化產業：文化生產的結構分析》。台北：遠流。
- 李天鐸(1994)。〈重讀 90 年代台灣電影的文化意涵〉。收於李天鐸（編）。《當代華語電影論述》。台北：時報。
- 李亞梅(2002)。從《臥虎藏龍》看國際合製路線的迷思。收於《中華民國電影年鑑：2002》。台北：電影資料館。
- 李顯立譯(1997)。《電影批評面面觀》，台北：遠流。（原書 Bywater, Tim & Sobchack, Thomas. [1989]. Introduction to Film Criticism: Major Critical Approaches to Narrative Film. London: Longman.）
- 李達義(2000)。《好萊塢、電影、夢工場》。台北，揚智。
- 林文淇(2001)。〈延伸〉。收於謝仁昌（編），《2000 台灣電影文化地圖》，台北：遠流。
- 林佑聖、葉欣怡譯(2001)。《認識迪士尼》，台北：弘智。（原書 Wasko, Janet. [2001]. Understanding Disney. Malden: Blackwell.）
- 陳其邁譯(2001)。《失控的世界：全球化與知識經濟時代的省思》，台北時報文化。（原書 Giddens, Anthony. [1990]. *The Consequence of Modernity*. Cambridge: Polity Press.）
- 陳儒修(1994)。《台灣新電影的歷史文化經驗》。台北：萬象。
- 陳儒修(1995)。《電影帝國》。台北：萬象。
- 張雅萍譯(2001)。《大眾電影研究》，台北：遠流。（原書 Hollows, Joanne & Jancovich, Mark(eds). [1995] *Approaches to Popular Film*. Manchester University Press.）
- 張靚蓓(2002)。《十年一覺電影夢》。台北：時報文化。

- 聞天祥(2002)。〈2001年華語片回顧〉收於《中華民國電影年鑑:2001》。台北:電影資料館。
- 聞天祥(2003)。〈從2002到2003的台灣電影:全球化與本土化的合縱連橫〉收於《中華民國電影年鑑:2002》。台北:電影資料館。
- 黃婷(2002)。《雙瞳研究讀本》。台北:台灣角川。
- 馮光遠編(1992)。《推手-一部電影的誕生》。台北:遠流。
- 馮建三譯(1994)。《文化帝國主義》,台北:時報。(原書 Tomlinson, John. [1991]. *Cultural Imperialism*. London: Pinter.)
- 馮建三、程宗明譯(1998)。《傳播政治經濟學:再思考與再更新》,台北:五南。(原書 Mosco, Vincent. [1996]. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage.)
- 馮建三譯(2003)。《全球好萊塢》,台北:巨流。(原書 Miller, Toby, Govil, Nitin, McMurria, John and Maxwell, Richard. [2001]. *Global Hollywood*. London: British Film Institute.)
- 焦雄屏(1991)。《新亞洲電影面面觀》。台北,遠流。
- 焦雄屏(2002)。《臺灣電影90新新浪潮》。台北:麥田。
- 詹宏志(1984)。〈台灣新電影的結構性危機〉。收於李幼新(編)。《電影、電影人、電影刊物》,台北:自立晚報。
- 齊隆壬(1987)。〈侷限於體制的「新電影」〉。收於《1987金馬獎國際電影展特刊》,台北:電影事業發展基金會。
- 鄭榮元、陳慧慈譯(2003)。《全球化與文化》,台北:韋伯。(原書 Tomlinson. [1999]. *Globalization and Culture*. Cambridge: Blackwall.)
- 廖金鳳(1997)。〈一九九六台灣電影:輓歌之前〉,收於《中華民國電影年鑑:1997》,台北:電影資料館。
- 廖金鳳編(2001)。《電影指南:警匪犯罪、恐怖驚悚、歌舞音樂、文藝愛情》。台北:遠流。
- 廖金鳳、陳儒修譯(1997)。《第三世界電影與西方》,台北:電影資料館。(原書 Armes, Roy. [1987]. *Third World Film Making and the West*. University of California Press.)
- 盧非易。(1998)。《台灣電影:政治、經濟、美學》,台北:遠流。
- 魏均譯(1999)。《超越大銀幕:資訊時代的好萊塢》,台北:遠流。(原書 Wasko, Janet. [1994]. *Hollywood in the Information Age: Beyond the Silver Screen*. University of Texas Press.)

【外文書籍】

- Amin Samir. (1996). *Capitalism in the Age of Globalization : The Management of Contemporary Society*. New York: St. Martin.
- Appadurai, Arjun. (1990). Disjunction and difference in the global cultural economy. In Featherstone, Mike. (eds.) *Global Culture : Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Baudrillard, Jean.(1988). *America*. (Turner, Chris Trans.). New York: Verso.
- Bourdieu, Pierre. (1993). *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Castells, Manuel. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwall.
- Garnham, Nicholas. (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and Economics of Information*. London: Sage.
- Giddens, Anthony. (1990). *The Consequence of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Gomery, Douglas. “Hollywood as industry” In John Hill and Pamela Church Gibson (eds) *American Cinema and Hollywood: critical approaches*. (New York: Oxford)2000: p. 19-28.
- Harvey, David. (1989). *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Blackwall.
- Held, David & McGrew, Anthony. (2000). The great globalization debate: An Introduction. In Held, D & McGrew, A. (eds) *The Global Transformations Reader*. Cambridge: Polity Press.
- Hesmondhalgh, David. (2002). *The Culture Industries* (London: Sage).
- Kellner, Douglas. (2000). “Hollywood film and society” In John Hill and Pamela Church Gibson (Eds.), *American Cinema and Hollywood: critical approaches*. New York: Oxford.
- Lash, Scott & Urry, John. (1994). *Economies of signs and space*. London: Sage.
- Mattelart, Armand. Emanuel, Susan. & A. Cohen, James. (1994). *Mapping World Communication: War, Progress, Culture*. Minnesota: Chicago: University of Minnesota Press.
- Mcluhan, Marshall. (1964). *Understanding Media: the Extension on Men*. New York: McGraw Hill.
- Massey, Doreen. (1994). *Space, Place and Gender*. Cambridge: Polity Press.

- Nielsen, Michael. (1983). Toward a Workers' History of the U.S. Film Industry. In Vincent Mosco & Janet Wasko (Eds.), *The Critical communications review vol.1: Labor, the Working Class, and the Media*. New Jersey: Norwood.
- Palmer, Jerry. (1975). *Thrillers: genesis and structure of a popular genre*. London :E. Arnold.
- Robert Olson, Scott. (1999). *Hollywood Planet: Global Media and the Competitive Advantage of Narrative Transparency*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Robertson, Roland. (1992). *Globalisation : Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Ryan, Bill, (1991). *Making Capital from Culture* New York: Walter de Gruyter.
- Smoodin, Eric. (1994). Introduction: How to read Disney. In Eric Smoodin (Ed.), *Disney discourse: Production the Magic Kingdom* (pp1-20). New York: Routledge & Kegan Pual.
- Urry, John. (2000). *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*. London Routledge.
- Wyatt, Justin. (1994). *High Concept: Movies and the Marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press.



【中文學術期刊、研討會論文】

- 林文淇(1998)。〈九〇年代台灣都市電影中的歷史、空間與家/國〉，《中外文學》。27(5):99。
- 李天鐸(2002)。〈全球化風潮下台灣傳播產業的困境與調整〉，中華民國視覺傳播藝術學會與崑山科技大學公共傳播學系《數位與類比：寬頻世界中光影轉型與匯流，兩岸暨香港影視媒介發展學術研討會》論文。
- 梁偉怡(2000)。〈香港三級奇案片與意識形態國家機器：從傅科的觀視談起〉，《中外文學》。28(11): 79-96。
- 吳佳倫、溫福星(2004)。〈商品電影與電影商品一起賣：國片套用好萊塢聯合促銷模式之可能性：以《擁抱大白熊》為例〉，中央大學英美語文學系《2004 台灣電影國際學術研討會》論文。
- 蔡淑惠(2004)。〈根源邪惡：電影《雙瞳》中的巔峰慾物與幻見〉，中央大學英美語文學系《2004 台灣電影國際學術研討會》論文。
- 魏均(2004)。〈從在地走向全球：台灣電影全球化的歷程與類型初探〉，《台灣社會研究季刊》。56: 65-92。

魏鈞(1993)。〈扭曲的成長〉，《當代》。81: 74-99。

魏鈞(1996)。〈斷裂的邊緣，不變的帝國：對「邊緣帝國」的回應〉，《台灣社會研究季刊》。24: 171-184。

【英文學術期刊、研討會論文】

Aksoy, Asu & Robins, Kevin. (1992). Hollywood for the 21st Century: Global Competition for Critical Mass in Image Markets. *Cambridge Journal of Economics*, 16, 1-22.

Defillippi, Robert J & Arther Michael B. (1998). The Paradox in Project-based Enterprise: the case of Film Making. *California Management Review*. 40(2), 125-139.

Evans, Robert. (1985). The Producer, In Jason E. Squire (eds.) *Movie Business Book*. New York: Fireside.

McChesney, Robert. (2001). Global Media, neo-liberalism, and imperialism. *Monthly Review*. 52(10), 1-19

Monthly Review Editors. (1992). Globalisation- To What End? *Monthly Review*. 43(9), 1-18; 43(10), 1-19.

Murdock, Graham. (2004). Past the Post: Rethinking change, retrieving critique. *European Journal of Communication*. 19(1), 19-38.

Naficy, Hamid. (1996). Theorizing “Third World” Film spectatorship. *Wide Angle*, 18(4),3-26.

Rosen, Stanley. (2005, June, 5). Hollywoodm Globalization and Film Markets in Asia: Lesson for China? *2nd Chinese Advanced Forum on Visual Arts*. (Shanghai: Nov. 2002). [downloadable pdf version from Asian Film Connections: http://www.asianfilms.org/china/pdffiles/rosen_pdf1.pdf]

Schiller, Herbert. (1991). Not yet the post-imperialist era. *Critical Studies in Mass Cimmunication*. 8(1), 13-28.

Zuckerman, Ezra W. & Kim, Tai-Young. (2003). The critical trade-off: identity assignment and box-office success in the feature film industry. *Industrial and Corporate Change*. 12(1), 27-67.

【碩士論文】

- 魏鈞(1994)。《當前台灣電影工業的政治經濟分析(1989-1993)》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 馬雅琪(2002)。《金馬獎對台灣華語影片銷售票房影響之探討》，台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 張世倫(2001)。《台灣「新電影」論述形構之歷史分析》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 許靜文(2004)。《全球化下華語武俠電影的轉變—以《臥虎藏龍》與《英雄》為例》。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 詹瑋琦(2002)。《華語電影的好萊塢式行銷--以《英雄》、《雙瞳》在台灣的行銷為例》。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 林嫻如(2000)。《九0年代政經變遷中的台灣電影工業》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 郭幼龍(1999)。《民眾對臺灣電影的評價與電影消費行為之關係研究》。世新大學傳播研究所碩士論文。

【中文雜誌與報紙】

- 王雅蘭(2003年1月15日)。〈蘇照彬 寫出上億票房〉，民生報，Cs2版。
- 林淑娟(1996)。〈香港的奇觀+好萊塢的心理學—談混血的《火線追緝令》〉，《影響》。69: 98-101。
- 文林、曾寶璐(2002)。〈最有行銷頭腦的台灣電影導演〉，《商業週刊》。784: 126-129。
- 梁良(2002)。〈台美懸疑片新突破〉，《亞洲週刊》。16(46): 49。3: 11-45。
- 項貽斐(1999年6月10日)。〈國片殺出生路獨得好〉，《聯合報》，第41版。
- 林怡潔(2001年4月19日)。〈亞洲哥倫比亞投資四部華語片〉，《聯合報》，第27版。
- 童一寧(2005年6月3日)。〈江口洋介 來台不見人〉，《聯合報》，D4版。
- 蘇詠智(2004年7月6日)〈鬼絲籌拍 要你嚇破膽〉，《聯合報》，A3版。
- 嚴婷婷、黃一平、蘇詠智(2002年12月25日)。〈年終算總帳，票房漂亮：雙瞳奪冠 晚九朝五往上攀〉，《星報》，第2版。

葛大維 (2004 年 11 月 3 日) 。〈陳國富罹肝病 兄弟快活停拍〉，《聯合報》，D3 版。

洪敏祥、于欣巧、湯志堅 (2001 年 4 月 8 日) 。〈台製 多國籍大熔爐〉，《星報》，第四版。

曹玉玲 (2003 年 4 月 2 日) 。〈星馬香港締造千萬票房，雙瞳五月趁勝進軍日本〉。《自由時報》，第 36 版。

Andrew Huang (2002, October, 31). The Fear Factor. Far Eastern Economic Review, 165(43): 66.

【網路資料】

IMDb 電影資料庫：<http://www.imdb.com>

郭宏昇(2004) 。〈仿真的再現：1980~2004 港台恐怖電影的後現代轉折〉，網路社會學通訊。41 (網路發表：<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/41/41-19.htm>) 。

何瑞珠(2004a) 。〈論所謂的「商業」國片 (上篇) 〉，台灣電影筆記，[Online]. Available: http://movie.cca.gov.tw/COLUMN/column_article.asp?rowid=175 (2004,10,5) 。

何瑞珠(2004b) 。〈從北美藝術院線(art house)談起〉，台灣電影筆記，[Online]. Available: http://movie.cca.gov.tw/COLUMN/column_article.asp?rowid=194 (2004,2,23) 。

附錄

【訪談一：黃志明製片訪談記錄】

時間：2004年4月15號

地點：台北

問：請導演先簡述一下對於雙瞳的製作感想。

答：有特別的東西在，跟手機或者是說，一個洋娃娃，那些事情會比較不一樣。你生產出來的 maybe 就是材質上面有一點差別，可是它行銷的 channel 什麼各方面，就是那個 mark 還是在，那電影這事情會有一點不太一樣是因為，它跟一個地域性與文化性...比如說我隨便講今天如果說一個想法，在幫新聞局要企劃一個東西，就是說我們...比如說場景這些事情、location 這個事情，那它會什麼會來這邊拍，你知道，這些事情就會有一些決定性的東西，你如果給它一個是你可能...可能是說...到處都可能有的, could be anywhere 的一個場景的話，那它可能就覺得，嗯，沒什麼特別這樣子，那像我接到一些 case 可能就會是一種，比如說啦，就市場上來講，這個...文革的事情，或者是抵觸到大陸的禁忌的這些問題的電影，因為它第一關就是它審查就不會過，大陸審查非常...比較嚴格（對），相對台灣來講；然後，它就不會借...不會接受你去大陸拍，你可能就要跑到台灣，或者他們會選泰國或者是越南...什麼地方，有一點這些文化特色的地方去處理文革的這些事情這樣子。那或者像唐人街這種事情，很多地方都有唐人街，像新加坡哪裡哪裡...那這個東西其實到最後其實在...第一個就是說，你提供的那種...應該是帶領你自己的文化特色的去行銷，然後另外一方面就是說，這邊可能提供一個比較低廉的人力，但是，它另外一個考慮是說，你製作能力到底行不行（對），它也在評估這些東西。所以像這些問題，都會被納入，但是我意思是說，這些東西在你做一個 nokia 手機，跟一個洋娃娃的時候，一樣會被考慮進去，人力阿、工時阿、福利阿，這些問題，商人一定要省錢嘛。但是另外有一塊無可取代的是說，它有一點文化性的這個東西，它今天一個 nokia 手機它可能全球到哪裡它都可以去生產。那台灣可能是一個不錯的 base 在這裡，因為我們這種電子的代工，這種 OEM 的事情太多了，而且非常純熟。它可能很大的優勢會考量這個事情。可是電影這個事情，還是會有一點這個...我還是一直在強調說，它可能有點文化性的這種因素在，所以會變成蠻決定性的，就跨國合作這個事情。

那跨國合作這個事情，回過頭去看雙瞳，也是有一點這種味道。你看過那個電影嗎？

（有）它有一點...比如說，在題目上面它是直接就挑戰了一個東西，像這種 thriller、驚悚片，是美國的主流類型電影。然後就是東方題材裡面最缺的。所以它直接碰觸到這個問題。那這部劇本最後它被接受了這個點，還有加入了道教的東西，不管它講的什麼香港黃大仙、或者是道家的六道輪迴...等種種這些東西，其實是和他們在做驚悚片的類型裡面，可以套用進去的元素，我覺得（出資公司）它也看到了這些東西，才會 approve 這個劇本，然後變成他們的一個製作。

我現在說的是比較起頭的部份。你在跟國外合作時，第一個，它會有一個劇本嘛，idea 這些事情，然後你可能要先被認同之後才會往下談嘛。我自己是在作些歸納，（哥倫比亞）它對於劇本這些事情因素...因為它沒有其他的事情可以讓它有 reliability 覺得你來投資我這個案子是 ok 的，以後一定會回收之類的，它沒有任何的判準，所以第一還是劇本，它會被認可。這個過程裡面，我覺得它是蠻決定性的因素。不過這個是我們閒聊這個事情，你第一個問題是說...？

問：就您觀察《雙瞳》一片的製作的過程，和您以前參與或知悉的一般台灣電影製作相較起來，最明顯的不同在哪裡（或許也可請您提出，現今台灣一般電影製作的典型過程與特點在哪裡）？

答：第一個當然是資金，資金的幅度。台灣現在...我剛入行的時候，大概還可以常見的，可能...十幾年前吧！那時一部電影大概都還有三、四千萬的製作費，這東西其實是反應到你這個市場，它之所以可以給你三四千萬拍這個電影，是因為它有回收的可能，這三四千萬丟出去我可能就會有保障。而且那時的狀態和現在不太一樣，我是說在 marketing 上面的狀態，那時其實大家觀念還是很老式的，覺得就從台灣的票房直接回收，你在台灣就可以回收到這麼多錢，不太有海外版權經營的概念，那時大概是這個樣子。

那（回到雙瞳），它今天丟一個七百萬美金進來，第一個在製作上就提供你一個比較多的想像。你很多類型的因素，比如兇殺案的東西，你必須做到很真實，包括對人體的迫害、攝影 tone 調的控制...等等，以前可能就是 1:1.85 的比例拍，那這片希望是用 panavision 的 anamorphic 1:2.35 這樣的比例拍，這東西以前我們做台灣電影時就比較不會注意到這個問題，因為到現在我們來看台灣現在拍片大概的資金，通常都在一千到一千五中間嘛，我說的是一個比較正常的狀況，maybe 到兩千，用 Hd 那種幾百萬拍的我們也不列在這裡談。相比之下，（雙瞳）它可能是個二十倍以上的預算之多，人家可能會想，看這部片也不知這兩億到底花到哪裡去。資金會給你不同以往，也因為（哥倫比亞）製作公司有種種的要求，這些也不用它告訴你，因為當你在拍一個好萊塢類型片時，就得要有一個基本的想像。你在所有的類型因素裡面，你都要作主達到。

比如說，特殊化妝，我覺得這是一個亞洲比較缺的東西。我接觸到像雙瞳這樣的東西，我才發現到對人、對材料的認識...那方面的學問有點像化學家在實驗，試試才知道這種不錯，這東西擦在皮膚的感覺會像死的或是放置三天五天的，這些化學藥劑，還有翻膜的材質，一般可能都很簡單，可是當我們做那個矽膠的小 baby 時又不一樣...這些東西其實就是我們比較缺的，因為我們平常就比較不碰這個東西，可是在像驚悚片這種東西就一直會出現。第一個最大的問題就是，你即使以前有 know-how 知道大概需要什麼類型因素要放進來，可是因為你沒有足夠的錢，所以你也沒辦法執行。那現在有了這個錢，那過程裡面大家還是一樣用一種摸索的方式，因為真的沒碰過，做了才知道，這東西要這樣做，然後要加上特效（CGI 的部份），還有特技的部份。三方面怎麼樣結合才能完成一場戲或是一個 cut，然後才能將所要的類型元素做足做好。

其實也因為陳國富它是這部片的監製，也是哥倫比亞裡面的員工，所以它在預算上其實算是比較寬鬆的，也提供了你一個非常大的想像空間，這是非常不一樣的。以前我們可能是，預算沒什麼好講的，你就告訴我你有多少錢要拍嘛，我來想辦法，把你的製作東砍西砍了，可以了，一千五的我打到一千四，加上一、兩百萬的預備金就可以了，那種方式不太一樣的是說，它前面容許你很大的空間，盡量去想這部類型電影要怎麼做，想好告訴我，最後你告訴我多少錢。當然因為這樣的寬容度某方面是因為，七百萬美金的成本對他們（在好萊塢、哥倫比亞）來講是一個非常低的價錢，它有點像在那邊等你，看你告訴我你要怎麼做，我就看看你可以做到什麼程度的心態，在資金上面它也就比較寬鬆，反正你也還沒到一千萬美金嘛，它不用真的瞪著眼睛來看一下，看你要花到哪裡去或是怎樣，所以之前是有蠻大的空間，在資金不一樣的情況下，我們的想像空間相對的也非常大，你能想能做的東西它都會滿足你。當然後來還是有一點變化，可是之前這個資金的量的確帶給你蠻多在創作上面的想像空間。這是和之前很不一樣的東西。

第二個就是它是一個跨國合作，因為有外籍勞工的參與，他們的進入是在一種不得已的狀況下。這部片對我們來講，是一個難得的學習機會，像我自己當初就被抓去香港受訓，花一個禮拜去熟悉他們所有的會計的系統、怎樣把預算消耗的情形很快速的回報給製作公司，回報到香港去，然後在到美國這樣子...。這只是一個會計網絡的流程，你只是和他們接軌的。他們每年花這麼多錢在拍戲，它依靠的是什麼？就只是這些控制的網路，你等於是在最末端消耗的那個人，然後你回報，另外就是依靠法律、合約的東西，靠這兩個東西去控制它所有的投資。說實在話，那些好萊塢的資金最源頭都不是什麼搞電影的，全部是銀行家，所以這系統裡他們靠法律與會計制度來作這個事情。在這個狀況下，它很放心，第一個，它資金已經靠這兩個東西來保護它了，而我們自己有透過這個過程把自己 upgrade 了，對於這些工作人員，我們也不管他們來自哪裡，只要我覺得你有辦法把我製作上面的需求執行出來，我就請你來。像攝影師，台灣沒有拍過 ANAMORPHIC 的攝影師，我之前也曾經嘗試找台灣的攝影師，我也不要說是誰，我甚至要把他們送到香港受訓，因為我希望我這部片拍完之後，我希望台灣這邊以後有人可以用，有人熟悉那個器

材，不管是助理、攝影師，下次再有人要來拍戲的時候，我這邊有這樣的人才，這樣的人才不一定很了不起，不過它至少摸過、操作過、熟悉 panavision 的寬螢幕的機器，換片不會換錯，特性都了解。這些東西我們一直希望作這樣的安排，可是還是得在一個達成任務的前提，不能搞砸交代的工作。

再下來是美術，想來想去，本片有關中國的、道教的東西，就找葉景添，他那時還沒得奧斯卡，他對中國的東西有氣魄，至於對不對那很難講，我也不知你喜不喜歡裡面的美術，看不看得出裡面的一些美術的東西。但是我能夠依賴的就是這樣子，因為他在台灣住比較久，跟台灣工作上面的資源也比較多一點，他是香港人，只是都落腳在台灣，所以他有許多接觸的人脈可以在這邊運用。我不可能活生生地從香港找一個人過來。那時他剛好做完臥虎藏龍，就把他和他下面的助理，是香港人，Eddie Wong 王家能一起找過來，結果變成下面的造型與道具，也變成香港有熟的人一起帶過來，因為他們有一種工作的默契和信任感，所以美術組淪陷了。同樣地，攝影師的大助、燈光師、take dollie 的人也都是從香港，因為他們都是和黃岳泰合作久的人。在這樣的一個狀況下，就整個淪陷了，變成沒法信任當地的工作人員與工作能力，所以變成從外借將的這種方式。

特殊化妝也不用講，剛剛強調過了，這東西亞洲大家都搞得不是很好，所以我們找澳洲。找澳洲有點算是我撞到的，因為當初哥倫比亞給我一條線，是找一家德國公司，做過決戰時刻的砲彈場景特效，他們之前給我的 reference 是他們拍過一個海得堡大學醫學院裡面解剖屍體的影片，當時看德文字幕與發音，看不太清楚，只大概知道故事是說醫學院內為了搶屍體而發生謀殺案，裡面充滿了割來割去的東西，剛好是我需要的，那部片剛好也是哥倫比亞投資的，他們在海外有兩個地方有投資製作部門，一個是香港、一個是德國。Barbaria 就幫我打電話給德國這個（哥倫比亞）公司的頭，請他幫我們連絡這間德國公司，後來我就把 breakdown 等等的所有的東西都寄去給他們估價，估了很久，因為他們好像中間有為了決戰時刻到紐約首映，他們都被邀請過去宣傳，順便玩了一下才回來，過了一個多月才回應，中間已經等不及了，我就透過成龍一個常去澳洲拍片的製片，請他幫我介紹澳洲那邊的公司，他也只給我一張 list，我就看了一下他們自己的 profile，就這樣挑了一家試試看，這家不行再一家，輾轉才找到這一家雪梨的公司。第一個是價錢，報出的價錢是德國的三分之一；第二個是他們是一間只有兩人的公司，可是有幫過駭客任務做過那個鑽入人體的蟲形機器，還不錯，也想冒出頭找機會找 credit，就找了這一家。

這樣來看其他各組也幾乎是淪陷了，台灣這邊就是，Keyman 都沒有了，全部只是比較是勞工階級的，不過這當中也出現了另外一個問題。比如道具，我有希望在台灣這邊找一個比較好的人手，在這邊可以算是師字輩的人了，在台灣已經是師父了，可是在這裡他可能只能當助理，所以可能會有一種比較抵抗、排斥 fight 的心理，覺得我為什麼要這樣子。這也是之前我要去調解的問題之一。

跨國合作的狀況，還有薪水上的變化，（台灣工作人員的比一般 local 的案子）稍微高一點，可是我不想把這東西拉的太高，我估計約是 10% 的提高，有些人可能到 20 啦，視狀況。這是我與陳國富的一個共識：不要因為有這個錢，就把大家的薪水都提高，因為這樣之後會完蛋。因為我到時可能會崩盤，外面的人就沒辦法再來台灣拍片了，因為他們知道這還是一部台灣片，雖然有哥倫比亞的錢，有應該有台灣人的參與，但這些外籍的工作人員還是希望有公平的待遇。所以我要控制這些狀況。

此外，吃的也是有安排，和之前不太一樣，安排的比較好。以前都是受制於預算，當然就是會比較...。現在的照顧會比較多拉。

再下來就是 schedule 的壓力會比較大。我們每天收工回去的 production report 裡面，所有東西都是被 follow 的，這就關於到整個製作，整個 production on schedule 變成不是口號而已，在台灣這常常就只是口號而已，到現場就是看著辦。這東西凸顯出來的問題就是，在這個過程裡面，製片的角色被凸顯出來，他有一種責任，要 on schedule on budget，在這壓力下，他要去把他的 power 發揮出來。所以其實我們雙瞳拍的很慘，在台灣兩個半月，在澳洲半個月裡，幾乎沒有休息，因為我一直要追上 schedule，而且我們的製作上面是很困苦的，這困苦在於你的無知，你一路在摸索，你之前不知道一個爆點爆過了再裝血包要等很久才能拍第二個 take，因為演員化妝，衣服要換，什麼都要重來一遍，中間只好跑去打籃球，松山菸廠裡面。這些東西都是製作裡面，之前沒有碰過，都是不一樣的部份。

這些就是我覺得很不一樣的部份。應該是說，從一開始就不一樣，我覺得這個不一樣的產生，不是說他們有什麼了不起的，而是台灣太不正常了。比如說，今天有一個案子決定要不要拍，這事情怎麼來的、怎麼決定的，這過程就會都不一樣。像這東西會不會被 approve 這過程等等，我們當初在前片籌備期有停拍過兩個多月。我們當初為什麼會停拍，是因為我們以前給老闆看，說我們這一千五要拍，劇本給你看一下，演員和你說是誰，老闆就是好 ok，你就拍了，後來才發現說，這製作很大，前面我們一路籌備，應該是程序是，我，帶一個助理，還有副導演，進來先工作，作什麼呢？第一個，作預算，我們要提供我一些資訊是，拿 schedule，然後整個根據劇本做個 outline 出來，這個時候可能我們只有劇本是被 approve 的，其他的 budget 跟主要角色在這個 development 階段，都沒有出現，等到演員和預算 greenlight 之後，你才真的進入 pre-production。以前我們沒有這個概念，反正就要拍的快，就快找人，找到人就 pre-production 這樣子作，好了片子就拍了。這其實兩件事茲事體大，一個是成本沒有通過，是沒法走的。他之前可能會給你一部發展經費，可是那是一回事，第二是你主角是誰，你沒確定是不行的。所以我們當時八月進去，到了十月的時候，發現主角還沒找到，成本也沒通過，美術葉景添和一些香港的已經進來做了，已經開始進行了，已經幾百萬下去要花大錢搭景了，後來和陳國富商量，因為有些事情也不是他說可以就可以，所以就停了。那時主角找過梁朝偉、劉德華、張學友、梁家輝...都找過，但是都不確定，預算弄到第四版都還沒確定，但是美術組要花錢了，只好我們先停，等到兩件事都搞定了再說，你 production 的過程裡面，一開始就不一樣了。我們一開始完全用 local 的方式去想事情，做了才發現，那時（發展期）已經花了要八百多萬，卻什麼都沒有出來。這階段其實應該是簡單人力先進來，把該作的事先作好，兩件事先搞定、schedule 作 outline 出來，才把人都找進來，全力去作籌備才對。以前就不是這樣子。

到開始作 pre-production 和編制各方面，其實都是和之前經驗都不一樣，都是全新的東西。我覺得他們的方式是比較像外面一般正常的做事方法，我們就比較手工業，很多事情都是看交情看信任度就去做了，這是不太一樣的。所以後來我回頭在做台灣片時，也會比較希望是拿這個方式去執行。總覺得這個東西有他的道理在，可以 secure 整個案子是 safe 的，不會在這當中毛病百出。這歸根究底就是，製片角色是要被凸顯出來的才有這樣的可能。導演一般來說，他不太容易接受這樣一些規定，因為所有東西都是要有計畫性。

（停工期間都沒有動作？還是）只有我留著，還有魏德聖先生留了半個月，我是一直留著留到一月分再開始籌備。（中間在作什麼？）就是弄那兩件事，主要演員和預算。我們以前也不會找大牌演員來演，找了大牌一切規格又不一樣。你可能要半年前就敲他的期，合約條件也是 back and forth 好幾次。所以一開始覺得演員好難搞，其實不是，本來就是這樣，只是台灣以前都是嘻嘻哈哈就做了，不是人家耍大牌。其實不是經紀公司有太多要求了。單單一個演員方面的狀況就很多種，像原來 David Mose 的角色，他本就是陳國富的首選，不過之前也有想找雙峰的男主角，不過他卻要求，你要讓我念劇本可以，可是我要我念了要是我喜歡，你不能再找別人，這些遊戲規則都是多而複雜的，之前你根本不會有這些概念，你也不會碰到台灣演員誰會這麼屌，真是要像這樣碰了才知道。像這些東西，真的很多地方都不同，production scale 都不一樣，面對的條件、挑戰都不一樣。所以自然會感覺是個全新的狀況。很多事情連我自己都處理不了，要香港來幫我一把，像美國那邊也派了一個製片幫忙，和我們去澳洲看景什麼的。

還有工會的問題，當時碰到美國的工會要罷工，這也都是些問題，在台灣都是非常簡化的一些過程，在雙瞳裡面就會碰到一些問題。像當時罷工就要開始想：境外拍戲要不要受工會的約束？罷工什麼時候會發生？若是境外拍戲仍受約束，他什麼時候可以過來...等等。還有當初我們到澳洲去拍，也碰到一些問題，在台灣我們可以避掉一些 local production 的問題，簽約可以用南方公司為單位簽約，但是一到有較強勢工會的澳洲，當地會認為你是新力哥倫比亞（是美國工會會員）來拍的，會要求比照美國公會的標準來處理澳洲工作人員（不只澳洲，只又是參與該案的工作人員也是）。這樣一來，（就同一個工作內容）單單薪水就可能超過五倍以上，這是當地工會面對外來拍攝計畫可能有利用相對低廉勞工的情形，所保障的措施。像這類情形我也沒辦法處理，太複雜了，所以當時美國那邊還要快點在澳洲開一個公司，處理這事情，後來才變成，不比照美國工會，而是比照澳洲工會處理（台灣就不管了，但是澳洲當地的工作人員，都要比照辦理）。像工會這類事情，我認為相對於台灣，每個地方的工會在製作上面的要求都很不一樣。美國是非常

嚴厲，保護程度也很高，最低工資、最多工時等等都非常清楚。每個地方的標準也都不一樣。台灣有工會，不過不知道台灣工會在幹嘛，有製片工會（有什麼規約嗎？），不過我從來不知道，其實台灣跟香港，比如說有影片公會、片商公會、演員工會好了，他們都沒有太大的約束力，像美國就非常強勢，panality 是非常嚴厲的。香港有中國星、英皇，背後其實大家都很清楚，有 mafia

，美國工會當然也有一度是，不過也沒那麼嚴重，現在他們幫派已經高於一切了，已經不管工不工會，台灣更是沒政府了，工會就是噓寒問暖的工具，沒有其他任何的 power，（當這問題放在來自一堆不同國家的工作人員在同一個 case 下面執行的時候，工會能處理的問題，也凸顯出來了？），可是台灣工會能幹嘛。其實台灣工作人員靠誰？都靠我阿！靠我能怎麼樣給他們合理的條件，剛說到有什麼不一樣，其實連大家的零用金都不一樣。像香港來，他們到外埠拍，公定就是一百塊港幣一天，沒出班就一百塊港幣（根據哪個單位要求？）這是香港的行之有年的典型要求，也不是工會規範；澳洲八位工作人員則是要求一天 50 塊美金，我說不可能，講到三十塊美金，台灣從以前到現在就是一百塊飯費，這東西我很為難，我又不能用齊頭式平等去處理，每個地方大家需求都不一樣，我會盡量從他們各自 local 的立場去想事情，可是還是要有點調節，今天如果台灣有強勢工會，它對這種事也一定有個規定，連香港也是有個基本制度與定價的，澳洲也是非常清楚的，台灣就都是哈啦的。澳洲是更西方的，香港還可能週末可以加班，超過一小時 15 港幣之類的，勞動節得放假等等。澳洲的話，周末拍會多 50% 的錢。它們是比香港是更清楚，而我們是沒有啦，都是看我對你爽不爽，挺不挺你的，感受很不一樣。我覺的沒有誰好誰不好，我覺得這樣也是一個方式，因為台灣的製作費比較低，scale 也低、小，在這種家庭式的方式裡，你還是可以拍戲，大家也可以開心，雖然還是有告人的事情發生，不過外國規則再細也是有告的問題在，整個體質都不一樣了。有根本的差異。

問：《雙瞳》的製作比一般台灣影片多了許多外籍（非本地）的工作人員，要是方便透露的話，請問其中台灣的工作人員待遇相較參加其他台灣電影製作如何？

答：（對於多國勞工的待遇問題以及工作分配）我當初就要有一個原則，要定出來，不然我會亂掉，比如說我在雙瞳這樣一個案子裡掛 co-producer 這個職位，我大概可以拿 25 萬美金，但是我在台灣的話可能只拿到五分之一的錢，因為國外制度行之有年，市場是很活絡的，當你市場活絡時，當然會產生問題，但人也就會去解決問題，並訂出一個規矩出來。像今天你有一個案子，你是導演和編劇，我要和你簽一個 production 的 deal memo，他們都有數字可以依循：導演給你 7.5% 的收益，你是導演和別人合寫編劇 10%，導演兼編劇可以 12.5%，人家都有數字的（這是有一次蔡明亮本來有要和李安的 good machine 合作，所簽的 memo 裡面有這些東西），我們什麼都沒有。人家導演有多少權力很清楚，你對海報有最後審核權，final cut 誰來定也很清楚，都有參考可循，都是當市場活絡時所訂出的規矩。例如，台灣一個攝影大助，大概是 12~16 萬台幣一個月，香港的話當初來是一個月九萬塊港幣，如果你需要，我可以給你一堆對照表，但是實際上，這東西就是呈現了一個成倍數的差異了，像這個就有三倍吧...。攝影師也是看行情啦！攝影師的行情比較難抓，一般工作人員的就比較好抓，燈光師差不多是九萬塊港幣，香港的，你不要在跟美國比，因為美國比更高。我覺得這些數字大概都會有一種意義，他們在我們所說的工業裡面，會有這種數字跑出來，所以當它已經是黃岳泰的助理，其行情和另外一個比較小的香港大助比較，是不一樣的。它們會有這樣的一個區分出來，那像美國那邊或是澳洲那邊，就是分級，道理也是一樣，哪一級的人我週薪是多少，大概是這個 range 裡面，大概差個一百塊澳幣這樣...。這東西墨爾本那邊的新聞局電影辦公室會有一個數字給你，（是不是有點類似「個人品牌」）對，有點像，就是你的資歷你的 Credit 已經到了某一個程度，它有會給你一個數字，大概是這樣子。（那台灣？沒有這麼好的行情？）台灣我覺得大家就很可憐，你想維持這那個行情，那對不起，你就去喝西北風好了，沒人鳥你，差蠻多的。我當初看到國外那個價錢也是嚇傻了，像攝影大助的薪水是我的三倍，那你說我要不接受嗎？也不行。可是行情就是這樣，不行你只好去找別人。所以在很多東西上面我們是蠻卑微的。

問：延續上題，就您的觀察，台灣本地工作人員，本身對這些新來的夥伴，有著什麼樣的感覺與態度？

答：這種東西，大家的態度不太一樣，一種就是排斥嘛，它做電影這件事情除了錢之外，它還

要有一種爽，就是說，我已經當師父了，然後我還被它支配來支配去的，你知道像香港人嘴巴就是壞嘛，和澳洲人可能比較好一點，這也有點風土民情的問題在，香港人動作也會比較急，他們拍片速度超級快的，結果就會變成要求很多，我們這邊就會變成腳步比較跟不上，這當中一定會有一些問題存在。那大家處理的方式不太一樣，有人就說我不幹了，有些人會因為它（外籍人士）的專業而信服他，認為他可以學點東西，所以嘴巴念念就算了，反正就多學點東西，知道人家的概念也好。也有一種崇洋媚外的心理在，這種人也會有，覺得他們的都是好的。

比如說像攝影師黃岳泰，是個很有經驗的攝影師，國外合作也很多，他就覺得我們找來做特技的老外根本就不好，他就直接罵他們：就是現在你和我說什麼時候可以弄好，他是一個攝影師，他會反過頭來去壓他們，這可能因為他經驗夠，有這個自信，認為這樣的要求是合理的，不會被 reject。在林林總總的碰觸裡面就會發生這些事情。

（不同的態度會出現在不同的工作人員身上嗎？還是工作等級上面有差別？）不會，我覺得這過程裡面個人的因素蠻大的。如果以台灣的工作人員作為一個本體來講的話，這樣的觀察，台灣的工作人員各自的反應是不太一樣的。

（雙瞳總共有多少工作人員？）平常有差不多 70 個。（像您剛說得勞工階層的工作內容是哪些？）製片組算層級比較高的，從監製、製片、再到策劃、製片經理，一路下來，全部是台灣人，這是難得的。因為這件事情我敢說沒有發生過，整個製片系統都是台灣人。攝影師是香港，還有大助，他們帶了幾個攝影助理來，我們這邊只出了兩個助理而已。其他的組（台灣人）也都是助理啊，道具也是道具助理啊，美術也是美術助理啊，燈光也是燈光助理啊，就沒有師字輩的東西在，有一些師字輩的進來，在台灣是師字輩的你進來也是要再聽人家的，為什麼會有這些師字輩的出現是因為他要帶其他的本地助理，因為這些助理的工作心態會比較沒有責任感，認為自己只是聽命行事而已，在這個時候，你就要有一個帶頭的，所以這些人就是台灣的頭，這東西還是存在的。不管燈光、道具、美術或其他部門，你都要找一個台灣這邊領頭的人，不然這東西是不成的，不然你讓這些助理的去聽香港的，會有問題（不鳥你，老子大不了不幹了）。所以這樣過程裡面要有這樣子的一個台灣的頭的位置在，整個組織的運作會比較順暢，而且香港或澳洲的人也會要求這樣的東西，希望有這個人，直接和這個人溝通就好。（所以台灣在各個組的助理，還有一個助理的頭）是的。

（這樣每一組還是有台灣人員參與，只是比例不高）是，比例大概是三分之一。（那再下層的工作人員？）就是臨時工，蠻多的，叫臨時工也是我們以前比較不會去做的事情，比如說燈光今天打夜外景，這就是一個省錢的辦法，平常我一組可能雇五個人，今天要預打燈，就需要多雇臨時工作。（臨時工都從哪裡找的？）有很多 free lance 的人，他們基本上都是跟廣告班比較多，不管哪個部門。這也是廣告班的生態。

問：電影製作有製片階層，也有技術性的工作人員階層，就您的觀察，《雙瞳》一片的製片團隊（就收集的資料，有陳國富先生、黃先生您本人、Ricky Strauss 等人，如有遺漏煩請補充）是本地與外地製片組成，兩方製片行事方式是否有差異？他們多在哪些方面作溝通？

答：（在製片的工作執行上），在雙瞳裡面，其實製片的工作上還是以陳國富為頭，所以這件事情其實我比較難去辨別 ricky 他和我們的行事作風，因為其實他真的幫的事情並不多，他主要的工作是找美國人 David 這個角色，這是他最大的工作，以他的部份，他並沒有幫太多忙，所以比較沒有什麼比較的效果出現。但是我覺得製片這個工作，在全世界來說，大家的工作，要是說有差異性，連好萊塢也很難講，其實製片有非常多的等級，在真的是做事的這些人來講，我覺得大家的行事作風不會差太遠，無非就是省錢嘛，要控制一個製作的心態都是一樣的，只是大家腳步快慢、專業與否的差別而已。我不覺得他有太大的差異，導演可能有各種不同的（風格才氣），而製片的工作來說，我覺得在全世界製片的工作方向都差不多，他會有一種抗壓性，壓力是來自整個劇組，我覺得這個是共通的；製片會去精打細算，大家都會這樣；製片要有支配慾、組織之類的東西，我覺得這些是大家比較共通的工夫。因為把製片從劇組抽開去看的話，他可能是一個行政的頭，那作行政工作就是會有一些 routine 的事情要作。

像你剛說到 Ricky，我可以提個小事情。為什麼我們去澳洲會出樓子，鬧那個公會的事情，其實就是他惹起來的。他當初去就掛著新力哥倫比亞的製片頭銜，當初去澳洲看景，

他住了一個三百多塊澳（折合五、六千元台幣一天）幣的房間，我呢，當初去叫他們（當時美國工作人員）幫我定個一百二、一百三（折合台幣兩、三千）的就好的，他們還說不行，因為他們的人員說 Ricky 也是住那種房間，不過我就是不要，我說我要省預算，他花錢也是我要付，後來他們還是堅持幫我定了個兩百五十塊的房間給我，像小魏和苗子傑，他們兩個住一間，我自己住一間，他們那一間可能就比较便宜。所以他們就是這樣，在台灣當製片不會有這種禮遇，像陳國富他出去一定是對導演或監製的規格，一定是頭等艙這樣的規格，這也是他們行之有年累積下來的，覺得沒什麼好講的。大家辦事情還是很快，不太多像吵架的事，香港台灣的可以和他們說，「沒錢了，可不可以作經濟艙」之類的事情，美國他們就不太有這個問題在，很多事情都是規格化的一個待遇和做事方法，我們就是比較不會也這些東西，因為手工和工業真的還是差在這邊，人家有規格可以守，我們都是用談的。

（台灣和本地／外地的製片，在哪些方面會比較需要溝通？）其實製片溝通東西很單純，就是時間和金錢兩個東西，你所謂溝通可能是出於差異，差異的出現，是出於每個來自不同地方的人員，他們的編制、甚至是（術語）名稱，會有差異，對他們來講，他們認為一個 production 的 Team 要怎麼運作，會有他的想法，每個人都帶著自己的背景來，很多地方的溝通都是用在這裡，不過最後無非都是時間和金錢的問題要抓準。其實也可以學一些東西，像他和你們說一定要保險，我們這沒有保險這件事情，可是他們不保險不拍，還有就是 clearance，侵權的問題，例如我今天用了 CNN 的畫面，Nike 的 mark，拍到了 UCC 咖啡的商標，他們就要去作一個侵權的處理，溝通的東西很多，但是我們一些本來視為慣性的問題，他們覺得都是問題，他們會有他們的道理，中間你會慢慢的理解他們會什麼要這樣作。

還有他們的合約，他們這次來也帶了他們制式的合約，我也要作溝通，像哥倫比亞這樣的 Major Studio 會有自己的律師樓，整棟都養一群律師，可以咬人，也可以保護自己，當時他們的頭來，就成了一個問題了。他們拿了一個二十六頁的合約來，我們帶的只有兩頁，他還在台灣找了個律師樓，來幫他們處理這些事情，我當時就必須在兩頁和二十六頁中間取一個平衡，大家把合約簽好。這種溝通當然是比較嚴重的一種。（就是制度與經驗上的範圍差異），所有的東西都是在 compromise，制度就是制度，就算你一個手工業的東西也是一個制度，一個慣性，所有東西進來之後，他必須經過這種稀釋或是妥協作一些調整，都是談判，都是溝通。像合約這東西他們很在意，會計制度也非常嚴謹。我們這邊就是把帳做一做，但是他們有各種的規格，合約與會計制度我覺得是兩樣比較花多一點時間要去溝通的事。至於製作上的東西，像剛剛提的侵權的問題，我們也會注意，但也沒有像他們注意的這麼仔細。

像我們之前戲裡面有個記者，拿著的是 QNN 不是 CNN，因為當初我們去找 CNN 談，他們不同意，因為裡面牽涉到美國記者來台灣採訪 FBI 探員的死因，也和 NBC 談過，他們都不准，因為他們都覺得這些神怪的東西對他們形象有問題。像最近上映的明天過後，裡面也只用 FOX 不用 CNN 因為裡面的東西太危言聳聽，美國都很在意這些東西，我們也要搞得非常清楚，要固定給他們一個 report 回報狀況。這是我所記得的。

像其他一些預算上的討論，或是工作上的討論，我覺得還好，只是想保險、侵權那些東西，他們是一定要堅持的，還有合約、會計系統。製作上面他們會放一些空間給你，可是在這幾個東西上面他們是非常非常堅持的，因為這是一個 secure 的過程，這保證了戲拍完之後不會再有後遺症發生。

問：延續上個問題，製片團隊對整個工作團隊（上從導演、編劇，下至基本人員；平行來說，有外籍人員，也有本地人員）是採取什麼樣的態度以維持管理計畫的進行？除了勞動人員即整個計畫內部的管理，製片又面對了什麼樣外部性的任務？

答：（製片對於整個工作團隊呢？）當然這是一個策略性的問題，我當時有一套策略，因為每個製片都只有一個原則，他不能讓人家掐著脖子做事情，不管被誰，只要一被掐著脖子做事，你就完了。所以不管對外面或是本土的，其實在有些時候，你的看法都是一致的，很強硬的。一個要求，你能接受就接受，不能接受就對不起...，我沒辦法。像黃岳泰，他有些要求是 to the point，像我常常要幫他調鏡頭，我知道那個會加錢，但是我會給他，那是用在雙瞳開場戲接生的那一段，因為這樣一鏡到底他也沒辦法，就一定要那種鏡頭，我就

從英國調過來。他的東西我就是會比較配合，因為他都是這種要求。有很多溝通我們也是事先有一種共識。像那個鏡頭很貴，一天要租十萬塊，要用幾次，我們之前都已經有討論過了，他會開單子給我，我會列進預算裡面看行不行，這些溝通都會有，這是很正常的。一樣的，我對台灣工作人員也會這樣，這是比較事務性的，製作條件上的一些溝通。而我一些比較策略性的東西在於，我知道台灣工作人員是在一種悲情下工作的，因為他們受到的待遇，在專業上比較不足的部份，所以在現場他們一定會受到壓力，一度也在很有壓力的狀況下工作，我就會試圖去和他們溝通這樣的事情。我都會和他們說，「這是我們的第一步嘛，我們都在學，其實我也在學，我們都有很大的壓力，我會和你們站在一起，還是有一個台灣團隊的感覺，我們要有志氣，走過這一遭，下一次我們就懂了嘛」，我都這樣和他們說。

另一方面，外來的人會有很多要求，他們不像在國內，他們可能在本國內資源上自己都搞得定，所以在這裡他所有的事情都要問你。我這邊要是面對的真的是製作上的問題，就盡量的幫他們解決，所以對我來說，我的策略也很單純，我只是希望台灣工作人員有個依靠，反正製片是台灣人嘛，會感覺安一點，不會感覺無依無賴被欺負，沒得哭訴；國外的話，可以看得出來，就是是要求決定，其實我在片廠也發過飆，要把一個香港的工作人員趕回去，他和我耍扁，我那時其實情緒是非常緊張的，我差點扁他，可是我說，抗命？沒這回事，就叫他滾，也是有這種情形，其實我就是覺得都要心中一把尺，你這把尺能不能拿正是很重要的。你要讓他們了解，你不是在搞小圈圈或是政治鬥爭，就是堅持把 schedule 的東西弄好，當這樣信念的堅持之下，你用什麼方法策略處理事情，都是可以接受的。那時我差點扁那個香港工作人員，其他香港的也不敢說什麼，因為的確是那位工作人員太過份。這在這樣的一個複雜工作環境裡面很重要，大家吃飯也是一起吃，不會說香港一桌、台灣一桌，你喜歡和誰熟你就坐一桌吧，大家的菜都一樣，梁家輝也是和我們一起吃，雖然公司有交代可以有特別照顧，不過我也有做到，不過梁是很 nice 的人，他也不會自己有太多要求。當然還是會碰到很機車的，可是我們就是隨機應變來處理。

問：《雙瞳》應是近年來在台灣執行的最大規模電影製作，也是一個結合多方（如台、港、美、澳，如有遺漏煩請補充）人力的結果，然而台灣勞工參與的比例（不管是具體的人數，或是抽象的影響力）是否也一起增加？還是只有某些方面增加（如只是演員機會？導演與編劇的提供創意內容受重視），還是其實並沒有影響？甚至是相形見绌的情形？

答：我剛剛說過，人數上面大約是佔三分之一，然後，當然最高原則還是要把那部片作好，但是能用多少人，基本原則還是希望多用台灣人，包括剛剛提到我願意送他們去香港受訓和他們都講好了，希望就是剛剛提的「下一次我就會了」的心理，（那他們後來有去香港受訓嗎？）沒有，因為後來，我覺得他們有一種想小王子的心態，我們當初打算送去受訓的攝影師是當時廣告界很出名的廣告攝影師，不過他會在陳國富面前爭寵，覺得陳國富挺他，陳國富沒有表態他就不要了。

問：依據您的心得，您覺得提供了哪些以往台灣工作人員沒有的經驗可供學習或參考的方向？又就您所知，當時參與的台灣工作人員，有哪些是受到《雙瞳》製作經驗而影響了他們的想法，還是只覺得又是另一次參與拍攝的經驗？

答：我覺得對於製片，還有攝影等等，這些都是變化比較大的，像製片，這是可以有這麼多錢，這麼複雜的事情，之前你不用去搞東搞西的，現在有特效、特殊化妝...這麼大的編制，這變成一個管理問題。對我們來說會比較有啟發，另一方面就是知道會計制度，知道怎麼樣去控制預算這類東西，和他們合作過會比較清楚。

攝影這裡就看到了很多不同的打燈方式，這東西對他們來說是較大的啟發。我們有個第二組的攝影師，還是用台灣的，韓允中，後來和他有合作一部台灣片，我覺得他真的就是拍的很好，但是也的確比較花錢，用了蠻多燈，可是我覺得品質真的蠻好，這東西對他的一些概念的東西會有轉變。

其他的部份，像美術，我倒不覺得也什麼影響，因為台灣參與的層級太低了，都是跟著葉景添一起工作，但是不知所以的出賣勞力工作，比較沒有什麼啟發。不過我覺得這也把一個東西挖出來了。像當初為了道觀搭了這麼大一個景，在阿榮片廠，把老師傅都挖出來了，我猜阿榮搭那個景都搭到賠錢了，因為那些木頭大陸運來的，原本以為在這裡組裝一

下就好了，但是這些古裝的景現在比較少搭了，台灣在這方面的人力也蠻凋零的，因為這種搭景、做一座廟，和拍廣告弄景片是不一樣的，裡面很多樺接的東西，不是釘一釘就好，真的需要一點工夫。當時時間又趕，當時幾乎是三班的人在趕那個景，那也是把大家操了一遍。

其他的部份我也不知道，像燈光...等等，我不能帶他們回答，不過我知道他們學到一個無形的東西，就是他們知道怎麼和國外的 teammate 合作，他們會自己 try 一種方式，知道下次再有其他機會一起合作時，會知道他們需要什麼，知道怎麼和他們一起合作。當然這東西是屬於學習的方式，也是有一種可能類似帝國主義的現象，就是我們要接受他們的方式，他們怎麼作我們要配合他們的位置，可能會變成只是提供一種服務的狀況。我也覺得他們一些製片的方式其實是可以慢慢在台灣實踐或規劃。

問：在《雙瞳》之後，台灣似乎沒有下一個類似的案子確定可以進行，也沒有另一部結合跨國人力在台集結的製作企劃進行？您會怎麼解釋這個狀況？台灣有沒有足夠的人力（財力先不考量）去獨力支持像《雙瞳》這樣的大型製作企劃？《雙瞳》作為一個近年來跨國製作在台灣的首創者，就您的觀察，它什麼地方是成功的？什麼地方是要達到沒達到的？又哪些方面顯示出台灣電影製作的優點與弱點呢？

答：目前我們也有這個計畫，我目前就在談一個案子，也會用到香港攝影師等等，但是希望在台灣作的能更多，像特效這次我就希望找台灣的公司，我們有和 CG 他們談。因為台灣以 CG 來說，他們是後起的公司，他們作 3d 的 OEM 的東西其實做了很久，也很好，但是都只是一些動畫的東西，沒有台灣影片和他們合作，我是希望大家可以找一些機會，伴隨充足的預算，有個一兩次的合作機會，大家可以有製作默契，也可以拓展他們業務，他們自己也是想作 creative 的工作，可以自己籌劃動畫片或其他，我想我們還是不能一直單向地和老外合作，我希望是台灣自己 local 能有一個結合，就我們公司和 CG 來說，我們都是在做 OEM，其實我們是可以結合來開發一些題材，自己把該作的工作做完，這些都有在試，不過目前的確是沒有確定的東西，我手邊是有兩個國外大型影片來台拍攝的案子在談，不過都沒成形也不方便提，但是有這個計畫，也來台灣勘過景了，這禮拜又有另一組人要來看，不過他們都只是一部份在這邊拍，像上一個案子他們試想加拿大和台灣擇一來拍。我也一些從事創投的朋友他們認為，也希望可以在台灣這裡建立一個生產線的基地，他們在好萊塢有公司了，也有拍了三四部片子，希望可以把一些在好萊塢投資案拿一部份工作來台灣，可以提升台灣的技術水平，可以作深耕。

其實在製作上面還是要看案子，有些片子還是用不著也這麼大的製作規模的，不需要用到什麼與國外的合作。我覺得還是看案子的需要，要是真需要跨國合作也是可行，這些方向都是良性的發展，剛剛提的創投朋友的想法也是，他們希望可以拉起我們的技術水平，然後他們才願意來這邊作投資，讓我們可以自立更生。這也是一種方式。現在我們也有些案子想再台灣作，不過也有些案子你不得不找外來的和尚來念經。

（雙瞳的成功？目標？優勢劣勢？）最大的成功我認為是在票房上，我們製作再辛苦，付出再多心血，但是最後這成功還是仰賴票房，當我們回頭再看這個工業，最大的問題就是票房的積弱不振，當出現了票房的成功，其實就帶來了一點希望，知道台灣的票房可以到什麼程度。知道台灣拍什麼樣的片觀眾會來看，還可以賣八千萬。雙瞳票房的 credit 也造就了陳國富監製角色的名聲，這記錄也是十分珍貴的資源，以後他去和別人談的時候，大家會知道你是雙瞳的導演監製，會有一種說服力的加分，我也接了很多的創投的洽談。雙瞳的經驗對我來說的確是有很實際的參考價值，這是最可貴的結晶，其次是不管工作人員在其中實際學到了多少東西，他們的確有著啟發以及參與跨國製作的經驗，不過還是要能夠持續，就怕斷掉了。

像鈕承澤一直拉我去作電視，說實在我今天要是要賺錢，我就作電視了，我雙瞳之後只做了兩、三部片子，但是又怎樣，就是沒做起來，沒起來自然會急，我也是四十歲了，我今天要賺錢，我就和豆子拼了，因為電視所有東西都是一筆生意，都可以算的出來。不過我還是想說，電影製作的火已經點了，慢慢它會熄掉，所以你得再有一兩部成功的，讓台灣電影建立市場的信賴感，你說破嘴和人說你案子有多好都沒用，你還是要讓出錢的人知道你可以賺多少錢，這是實際的問題。

我覺得有一點可喜的是，雙瞳的票房成績是有意義的，像無間道在香港成績一樣，大家會

認為香港不是都是爛片，還是有無間道這樣有質感的，即使它是百分百商業取向，拍攝方式也和一般香港電影一樣，不過它就是讓人覺得有質感，證明香港人有能力這麼作，這樣的成績就反應在票房的大賣，雙瞳也一樣，或許還有一點民族主義的考量，可是它的確帶來一些鼓動，認為台灣還有一部片還不錯，做到這一點是很珍貴的，我們當初很怕的一點是，我們把兩億花玩，然後只有一千萬的票房，這樣就真的不知辛苦所為何來了。我們幹這一行做到現在，也無非是希望這行有它的延續性，你說賺多少錢都是騙人的，真的賺錢還是要靠電視，電影反正就是做夢，這個夢其實也不這麼實際，但是還是希望它能夠有一個更厚實的基礎，不要出去還是只能談雙瞳這部片，而是要讓大家都知道，台灣電影是可以賣錢的。其中的工作人員一定也某方面開拓了視野，開拓的視野對作電影是很重要的，我自己的經歷是，我所參與的每部片子，其實都給我一些挑戰，這對工作人員的成長和養成，是很重要的，書上能告訴你的都是很基本的，regular的東西。每個案子都有它的問題，也因此出現解決的方式，這才是真正學習的方式，像我現在和蘇照彬在弄一個案子，從劇本看又是一個新的類型，我們也希望再帶起一個風潮，它不一定要非常大眾，可是希望是個成功的案子，可以繼續往下走。

（本可達成卻留下的遺憾？）雙瞳的製片組合全都是台灣的，我比較看重這點，外資其實影響不大，它們只在計畫成形時會管，greenlight之後就都放給我們了，這前面的部份就是我和陳國富與他們交涉，其實整個操作過程就都是台灣人自己在弄，我們只是會回報報告回去，沒有他們派人來監督的情形。遺憾當然還是有的，像剛開始作的跌跌撞撞，但是也使我以後接到類似案子時，更知道要怎麼作，而且製作過程也造成很多預算上的浪費，要是以後在讓我作一次雙瞳，我想我不用花到兩億，一億五千萬就可以了。算是交了補習費吧，像我現在弄蘇照彬這個案子，我就比較有經驗，知道問題怎麼處理會比較省錢。至於最開心的還是它真的在台灣賣了錢，因為以後要和投資者談，儘管你有再多理想，它們要的還是這樣的數字。

（從雙瞳看台灣電影優缺點）最大的感觸是，從雙瞳可以看到我們是有的劇本是可以拿的出去的，這是一個優勢。相較於香港，甚至日、韓、大陸，我們有一種優勢在於，我們一直都在好萊塢的洗禮下做事情，在和主流搭上線方面，其實在創意上是很快的。其他真的沒有優勢了，製作上也許真的工資低廉，可以視作優勢可是更是隱憂，因為它代表了技術水平的低落，我們能作的會總是那些付出勞力的工作，其實是蠻慘的。

（和迪士尼在東南亞動畫代工的比較）像CG在動畫代工方面，其實involve蠻深的，而且和他們的討論也是蠻進入核心的。不再是像純代工的事情了，只是他們現在面對的問題是，怎麼和本地的創意結合，開發更多idea，情形和電影現況的確不同。

對電影製作來說，一般是先有創意再談怎麼規劃，現在我們了解製作能力的提升是重要的，但是創意的部份再台灣其實還是少數，像蘇照彬有很多人要找他弄案子，像香港的曾志偉、陳可辛、陳德森...等，但是這種優勢只是創造了它自己個人的魅力，這種東西要怎麼普及下去很難說，唯一能夠有影響的，還是一個整體成功的案子完成，才可以得到人家對你這個產業的認可。我自己是從極端藝術片的製作這樣過來的，我很多朋友還是繼續待在那邊，他們常常都留在自己的創作慣性裡面，但是你一部片要在操作上成功，你必須要讓它了解，我們以前的做電影的觀念太狹窄了，這東西你用講的沒有用，我試過很多次了，像最基本的劇本修改，我和這些創作者常常要談很久，因為它們會有創作上的潔癖，這成為創作和做電影的差異，電影就是要賺錢、保障人家的投資，這樣你才有下一步。

這些變化，有些帶來瓦解，也有些帶來進步，但是我都覺得步調十分緩慢，因為我們拍片的數量太少了。一個產業的技術水平，沒有多一點片帶動，你就沒法提升，所以我覺得電影產業什麼地方都是問題，談到最後真的不想談了，在有了know how的時候，下一部就是多拍幾部片子，多製造幾個機會，沒什麼好講的。

問：最後是一個很抽象的問題，就請您依照您參與《雙瞳》一片拍攝一路走來，以及您持續對台灣與華語電影產業的觀察心得來回答：跨國合製對一部電影製作（除了電影內容形式之外的產業角度）的利與弊在哪裡？又對一個區域（如華人圈就可稱為一個區域）和一個國家（先不考慮政治主權，如香港、大陸、台灣，在這都可稱為一個國家級的產業領域）的電影產業的利與弊在哪裡？尤其是台灣的「電影製作產業」。

答：跨國合資的事情我不會限制它的金額，我們要以一個案子的角度去想，一部文藝片，除非

有大卡司，不然一般是較不花錢的。這東西的規劃就在於你想做到什麼樣的發行範圍，和你一開始就要定 production scale 多大意思一樣。這些東西是策略的運用，並了解市場在哪裡。你設定是哪些市場在哪裡，都會促成跨國製作的形成，規模再大點就是美國市場。導演如王家衛也可以拿到跨國資金，不一定是純商業的操作，藝術性的東西也是可以有這種規劃。

我覺得以台灣目前，或是從今而後，不走跨國製作會是死路一條，不管合資合製都是一樣。像是有人想用預售 presale 的方式，不過我覺得很難，台灣沒有任何資源、卡司可以作預售。一切都得先從發行上面去談，拍出來的東西要發行到哪些地區，你賣的越多，前期也許賣的價錢不高，但是我覺得是盡量賣，和片商建立起關係，慢慢經營你的片。跨國的定義可能用發行來解釋會比較清楚。當然重要的是你都要在前期有清楚確切的規劃、發行範圍等等，這直接關係到你要花多少錢拍這部片等等因素，發行的區域決定了你的製作規模有多大，這東西我認為絕對是台灣唯一的一條路。因為在台灣市場可以說是完全淪陷了，在未來，除非我們回歸中國，不然一些以政治能力規定國家配額、限制外片進口數量等等動作，是不可能有的，想都不用想了。島內已經充斥八大影片，你就得走外面。至於台灣境內這塊票房怎麼經營，希望不是很大，但是還是比以前好，至少我們比以前多了和企業家與創投洽談的機會。電影這個行業，金錢具有極大的力量，拍片就是要花錢，當有人能投資，有個 backup 在，就有可能成功，就是要靠點小火花沖激起來。

至於跨國合作的利，我相信絕對是大於弊的，我想不出太多缺點，我覺得這對產業絕對是常正面的東西，能夠有一個和國外合作的機會。至於我們現在暫時的弱勢，在幾部片之後，我們就會變成專家了，像泰國就是這樣子。

（台灣可能作不起來的限制？）我覺得相較其他國家，我們算是好很多。我覺得跨國投資我們要作的是，也就是所謂的障礙，都是一些基本工的東西，就是一些會妨礙這方面推展的一件事情。比如場景借景的制度，能夠有一個 database 讓人容易知道台灣有那些優勢在，這是一些宣傳的部份，現在網路發達，作這些應該很容易，而我覺得我們要作的就是些宣傳上的補強。目前我真的不覺得太多的障礙在，主要是推展的東西。像以前墨爾本、紐西蘭，它們有經常性的訪問團會跑亞洲，推展自己國家的電影多好，他們之後也有了魔戒。類似的東西其實是新聞局電影處可以去作的。一個東西還是要有很多條件的配合，不是有了上面這件就會成功，但是你還是要去作。

還有一點我覺得可以提的是，比如像拷貝，我們在台灣這裡上片的拷貝，不能在台灣沖印，好像是和法令有關的問題，我想你可以去了解一下。其實這些要是開放了，某方面是可以提升我們製作水平，更可以建立 credit 製造機會。這東西我覺得是可以去作的。還有對國外來此工作所設的限制其實還好，不會太難。它只要你是用國外公司名義申請進來的，基本上都很歡迎，基本上電影處是有規劃一些吸引這類製作的政策，可是我不是很清楚。

（和其他單位 argue 的協調經驗），有，像借景，當借松山菸廠就差點借不到，我弄到國有財產局，還動用了某一部份的關係才借到，我覺得一開始我們借景的事情就不被重視，它完全沒有制度，這會是一個問題，國外拍戲有時還需要封街，台灣不會給你請，不過這東西我覺得新聞局有慢慢在想去整理，當它景的 database 整理出來時，這也會是一個規劃的內容之一：像連絡的人是誰，租金要多少，機場能不能拍？一些機構、建築能不能去配合，好吸引人家來。這些製作上的細節，我們長久以來都沒有制度，都是靠關係取得，可是我不認為這會是太大的障礙，其實我們要作的都是這些基本的工作。政府也是希望有很多這些機會。

當你看到台灣的電影，出去都有人看、票房都不錯的時候，它的整個產業狀況，包括勞工方面問題，如薪資、待遇，乃至於內心層面的自尊、參與感，就會整個跑出來，這一點你可以看韓國，現在去韓國拍片貴的不得了，但是韓國現在還是有非常低成本的片子在拍，但是其實這代表了韓國現在自己已經有一定程度的電影產業了，它會有你常在表面看到的大片，出名的片，也有底層裡流動的多元製作，這絕對是一個帶狀下來的東西，從製作水平高級的商業片、中級的，到實驗電影，地下的...都會有。台灣現在沒有，它現在是一種基礎建設長期處於打地基的狀態，一直都打不起來，當基礎打好了，一個完整結構自然形成。美國有是有十分前衛、地下的實驗電影，也是同理，從這角度來看，票房就成為很重

要的指標，它代表了產業的產值，也帶動了產能的存在以及就業人數。由於台灣一直在打地基的狀態，很多已知的數據其實也是十分肢離破碎的狀況，整理起來會十分辛苦，目前來看，台灣電影產業是不能比的，一比都是顯示出脆弱的一面，像剛剛提過的，在一個跨國製作的組合案子裡面，你不可能一個製片的薪水會比攝影大助還低，只有它的三分之一，但是在台灣的工作環境裡面不會發生，在跨國格局卻是這樣的情況，但是其實電影產業就是這樣一個靠本事賺錢的地方，就是這樣。像我有一次看到黃岳泰那個大助因為一個攝影機鏡頭遇水故障，整夜沒休息把正個零件拆掉，一個個吹乾把它修好，再組裝回去，第二天正常出班，你說我花這個錢值不值得？你隔天花一天修理的花費，就抵他好幾個月的薪水了。從勞工的本質來看，這代表了這是一個紮實的技術服務的工作，所以你看到像這樣的事情，心情也是蠻複雜的，看到台灣人員，恨鐵不成鋼以及抱不平的心情交錯，但是你還會有一種期望：要是有一天我有可以有這樣的等級，你們就知道厲害了。我想其他參與雙瞳的工作人員，心裡也會有這樣的一個覺悟。



【訪談二：魏德聖導演訪談記錄】

時間：2005年6月11號

地點：台北

問：就您觀察《雙瞳》一片的製作的過程，和您以前參與或知悉的一般台灣電影製作相較起來，最明顯的不同在哪裡（或許也可請您提出，現今台灣一般電影製作的典型過程與特點在哪裡）？

答：規模不同，因為它很大，資金龐大，在技術上又是屬於國際合作的一個案子，最重要是開了眼界。知道人家國外是怎麼運作的。主要是了解這個層面。最大的不一樣就是錢的不一樣吧！因為錢不一樣，你就可以玩出很多你想要玩的東西。

問：所以在這之前很多台灣在地的電影拍攝，不是因為不想作大型製作，而是因為沒有錢嗎？

答：這是一直以來的畸形發展，因為從前電影好，所以大家跟風，跟著拍同一類型的片子。跟到最後，大家想說我怎麼拍都會有人看，低成本它也有人看，高成本拍也有人看，結果拍到最後變得沒有人看，票房回收不回來，然後又變得以更低成本去拍，因為回收又拿不到什麼錢，到最後你的格局被限小了，你不趕去想大東西，像說你有一個場面，要用空拍，或是說有一個場面攝影機要怎麼飛...，結果都是：不要好了，因為我們花不起這個錢。想說故事可以交代就好了，慢慢地，品質越來越差，東西、故事也越來越難聽，弄到最後就越來越糟糕，就這樣逐漸的萎縮，萎縮到最後變成是創作的人在思考格局上變得不敢邁開來去想。所以那時候聽到雙瞳這個劇本之後，我們會覺得說：這是講真的還講假的？真的要拍這個東西嗎？有錢嗎？後來我才知道，是哥倫比亞出錢，那應該是 ok 的。不是因為它出錢就 ok，是因為有這麼多錢，就可以去運作這些東西。然後運作這個的過程，可以慢慢讓我們可以把一些從前不敢去想的事情，現在敢去天馬行空的去想怎麼拍，然後藉由這個和國外技術組合作的過程，去了解一些製作的流程，後來慢慢發現，技術方面其實沒有這麼難，只是錢的問題而已。這是以前已經被限制住，不敢去想那些東西，不過真的你要去想它，就沒有這麼難，就是需要解決而已嘛，錢就可以解決。

問：導演您覺得台灣電影從早期到現在，很多創意的條件，都是受到資金的影響？

答：技術創意都是的。

問：您在參與《雙瞳》的製作經驗中，您所擔任的「策劃(executive producer)」工作內容大抵為何？

答：我也不知道當初我會掛上策劃這個頭銜，其實一開始我的職務是副導演，可是因為在整個拍攝前期裡面，導演對於鏡頭方面沒有很多時間去想這方面的事，然後他看過我以前拍過的東西，也覺得我可以去從事鏡頭設計方面的東西，他找我去主導一個分鏡腳本，做出來以後，他也很滿意，雖然後來是有變化的，因為這是一開始是我弄的，所以當我們要去和國外談特效或是什麼的，一開始都是有讓我參與，可能是這個原因，導演覺得我的工作不只副導演的工作，他就送給我一個「策劃」的職務，不過我作的工作真的不算策劃，是有點像半執行導演的工作，（策劃好像是在製片組的？）對，策劃其實是在執行這部片子的籌備與後面的行銷，有點像老闆階級，執行監製那一類的，只是這東西是不在內容創意的部份的。清楚界定我的工作，比較像是一半的執行導演、前期的執行導演。（看到雙瞳研究讀本裡，有本片的分鏡圖，是您畫的嗎？）我畫草圖而已，分鏡圖是在找人來畫的。

問：您認為如何界定執行創意導演角色與計畫統籌的製作人角色？

答：策劃與監製應該是把一個電影當成商品來運作，導演與執行單位應該是把這個電影當成作品來運作，就是這樣的思考邏輯，一個是要把東西賣出去的：怎麼作比較好賣？另外一個是作東西的：要怎麼作才可以保持品質？

問：台灣之前的影片，其中的製片，有做到這些事情嗎？

答：沒有，台灣電影這幾年一直在主張要走好萊塢的製片模式，不要是導演制，我覺得這種思考是對，可是你就字面上來翻譯，認為應該是製片在主導，其實不是的，製片一樣是導演、創意組裡面的一員而已，我們指的製片應該稱為監製，以生意人的角度去統籌整個計畫案，當我現在是賣商品的人，當然是要知道現在市場需求是什麼，了解這個商品怎麼製作比較好賣，我身為監製是工廠的老闆，要要求你這個工廠、製作組，也許是導演，當我和你簽約合作，請你這個 Team 幫我製造成品的時候，老闆當然要對品質負責任，這是因為之前老闆對製作者的品質有保證才願意合作的，在監製做出了選擇之後，結果這部片不賣，要負責任的不是導演，是監製，因為你選錯合作廠商了。我們應該以這樣的思考邏輯去想，不能認為要採取監製的模式一切由監製主導，然後票房不賣就罵導演，這是哪一國的邏輯？

問：您是不是指，不只是主不主導的問題，其實是你要負責的是哪一個環節，且能否充分做到？

答：對，所以問題就是在台灣有不錯的導演，也有不錯的創意人才、技術人員，可是台灣的監製，也就是製片的最高層，這個角色，他有沒有眼光能夠去看到哪一家工廠的品質是好的，哪一家是有潛力的，雖然他現在只是小公司而已，但是他是有潛力做出好東西大量生產的…。他有沒有這個眼光去判斷？很多投資者例如中影，他們對於一個劇本、一個組合，是沒有判斷力的。他們只會看：導演是不是李安？主演是不是周潤發？不過除了這以外，就沒有其他判斷標準了嗎？我說穿了，80%的是不看劇本的。但是一部戲好或不好，劇本佔了六十分，之後在往上加的，演員 20%、30%...可是劇本都是基本的，你劇本爛，可是你演員再好，分數還是從 0 分算起，劇本好是六十分起跳的，明星能吸引的或許只有短期，首幾周的票房，劇本不好是會後繼無力的。觀眾覺得片子本身不好看就是不會去看，劇本好、有六十分以上的作品，可以累積口碑，但是重點是國片的環境要靠累積口碑很難，根據院線的限制，三天不夠賣座就刷下來了，所以現在要思考的是，監製作為一個行銷的人，有沒有判斷力選到一個好的片，拍了既有票房魅力，可能這部片還會是沒有卡司，但是故事是很好的，在這情況下監製能否門路去把這部片行銷到最好？不論是運作媒體、廣告也好、花錢不花錢都行，監製就應該要做到這些方面。

問：導演提到有關於製作、映演與發行這電影產業的三大塊，作為一個監製，其任務是在這三方面都有？

答：他的工作其實就是作判斷與決策，而不是「研發」那個東西，他最大的作用是在一開始的與結尾的部份：開始的選擇，到最後的行銷，重點應該是在這兩方面。不過台灣的所說的製片其實一直都屬於執行製片，我們所說的好萊塢的製片其實就是監製，他們的製片對我們來講，應該叫做執行製片，待在片廠讓東西可以拍下去。

問：《雙瞳》應是近年來在台灣執行的最大規模電影製作，也是一個結合多方人力的結果，然而台灣勞工參與的比例（不管是具體的人數，或是抽象的影響力）是否也一起增加？

答：比例普通，差不多一半，大部分屬於助理階級，除了導演組、製片組是本地人帶頭，其他技術組方面的都是助理。因為那些組合都是找香港或外國的團體。

問：這樣的選擇人力方向，動機在哪裡？

答：這也是我有一點要抱怨的地方，這部片在拍攝時，台灣的電影人都給予很大的期待，認為終於有一個這樣的片讓我們好好發揮我們的執行力與技術，但是到最後，這個執行技術的還是落在香港人身上，美術也是，特效則落在了澳洲人手上，這是有人抱怨，不過就只能抱怨，難得這樣一個案子，但是以製作單位來講，他們要求的第一點無非是安全，也不是說他們不相信台灣的製作人力與技術人員，也不是說國外的就比較好，只是現在台灣電影時常遇到的一個很大難題，是當你前面沒有一個很好的成績時，人家實在很難相信你能做出什麼樣的東西。

這裡還是要回到我說的，監製有沒有那個眼光去看出某些人的潛力，很可惜這裡沒有，他沒有潛力可以看出這裡有誰可以作這個東西，只能求一個安全，只能找香港的或是澳洲。我不排斥我們在技術上是有很大的缺陷的事實，在沒有這些特質，或是沒有實戰經驗的人時，這些情形下去找國外的人把技術引進來是很 ok 的，我們很多人也願意去學習，問題是當有些東西是台灣可以自己解決的，沒有必要說，連這個東西也要找外國人，（哪些項

目？)不方便講,不過是有些職務,覺得是不太需要這樣的。不過特效的確是要找外國人,台灣這方面還是有很多經驗不足的,雖然設備與技術人員都有,但是這就是畫匠與畫家敏銳度上的差別了。

技術上,其實還好,找香港人也是好,就是看他們怎麼玩,了解一下也好,說是批評,其實現在想想也還好,因為這至少讓很多台灣的技術人員可以知道,是可以大膽的用器材的,不用像以前這麼膽小,不敢用這個用那個的,在經費夠的情形下,是可以大膽利用的。

問:這是否牽扯到各地人才的特長,能否用在同一部電影的問題。

答:未來的電影走向一定是朝著國際格局,像我們在人才上迷信王牌,不過未來應該走向的國際格局並不是說我們哪裡不行找別人,而是這部片找誰來,會比較好,或是哪個攝影師我和他最有默契,不管他是不是哪一國人,甚至大陸人我也可以找他,只要他合我的tone,或是和我聊過之後發現想法契合,我就願意找他。其實台灣也是這樣,台灣拍攝之所以找台灣人是因為他是和我一起成長的,就是不會去考慮國籍問題,重點是在有沒有默契,想法有沒有同質性,或是這個技術、專長適不適合這部電影。未來應該是朝這個方向思考。電影本身就是國際的東西,不應該預設說,我要拍給台灣人看,所以我要找台灣人力,不是這種格局,也沒有必要去迷信誰很厲害,沒有人可以超越他,不可能的,重點在於你能不能去發現。如盲目地迷信記錄,和他又不熟,對他又不爽,只因為他是王牌就用忍住,我不能理解這樣的狀況及用意為何。

問:這些人才的選擇動機,除了監製的決定外,和他外資的背景有關係嗎?

答:就電影公司投資者與監製說法,監製在整個電影裡面的角色是一種中間人的位置,是投資者與製作單位的中間人。投資者不會找導演麻煩,找製片麻煩,出了事情會找的是監製,所以監製有權換掉導演、製片等等,為了讓東西可以對投資者交代,監製很重要,可是台灣人都把他當作一種顧問的職位去思考他,其實他應該是輔導整部電影的靈魂,他的格局要大,不應該去管例如餐點、報帳等等瑣事,這是製片、執行製片在管的。台灣的製片模式很奇怪,台灣的監製居然在管這個東西。這是不對的。監製要管的是一個製作的大方向:總預算多少,你片拍一拍帶全部工作人員去上酒家都行,只是你的預算就是這麼多,你就是要在這些預算裡把片拍完,超過了投資者就會找你。

問:照您的講法,當初陳國富兼任導演與監製,會不會有位置錯亂的情形?

會,非常錯亂,我都覺得他不是一個導演了(您是否分擔了導演工作?)大部分,不過到了現場我就不管了,那是陳導演在管,我頂多幫他把周邊配置的臨時演員或次要演員擺定位。

問:黃志明先生擔任的製片角色?

答:管錢與預算控制,還有進度,(和陳國富的監製職務)不同,陳管的是大方向。

問:在《雙瞳》之後,台灣似乎沒有下一個類似的案子確定可以進行(主要是像哥倫比亞這樣的外資鉅額投入),但是卻在本地開始出現另一波結合跨國人力在台集結的製作企劃進行,您會怎麼解釋這個狀況?

答:或許你們會認為雙瞳是一個成功的案子,其實他是一個失敗的、沒有做好的案子,他沒有一鳴驚人,他只是在噱頭上一鳴驚人:像「第一部好萊塢投資的台灣影片」、「第一部驚悚的連環殺人影片」這類的東西,可是在內容上,很入股,玩了很多小噱頭,可是很膚淺,今天一部商業片不是滿足觀眾期待就好,你還要超越一點點觀眾的期待,能不能開發一些讓人想像不到的東西?你看了不會覺得,你在花錢投資這個國家一次,會有什麼幫助。好萊塢的做法是:當第一次試圖投資,是嘗試,用少部份的錢來作這件事情,後來發現,它只能在這裡賣而已,別的地方都沒有賣,就會覺得,這地方的人才與執行能力是有問題的,也許再觀察幾年再投資好了。可是這個「再觀察幾年」,很容易就變成「沒有」了,因為這段觀察時間,如果這個地方的人不自強,它也不會看到你有什麼不一樣的、可以繼續的發展,自然也不會再往這裡下注。

問:《雙瞳》作為一個近年來跨國製作在台灣的前行者,就您的觀察,它什麼地方是成功的?什麼地方是應要達到沒達到的?

答：在內容上我覺得還好，關於故事題材，沒有太特別的地方，當我們很理性的去分析這案子，真的是宣傳行銷的氣勢很龐大，包括前面的運作，整個企劃宣傳行銷的模式都很周密，可是反而是在製作方面，這就是我剛剛有提到的，你只把這東西當商品賣，卻在製作期時沒有把它當作品去經營它，它宣傳的很好，但是宣傳期一過，就被遺忘了，只有「台灣第一部好萊塢投資影片」這件事沒有被遺忘。本片在內容上是很容易被取代的，

問：您策劃中的《賽德克巴萊》預計也是需要製作規模的商業製作，您參與《雙瞳》的經驗有沒有在這部片中放進去？

答：還好，一點點。我在裡面了解的東西是你要操作一整個大預算的東西，就一個導演來講，你要想清楚你要怎麼拍，因為你要對作品負責任，要把每個細節講的非常清楚，因為它牽扯的部門太大：特效、攝影、美術、還有演員...太多東西糾葛了，所以你要想的很清楚，雖然一場戲可能只有幾句話帶過，像是「戰鬥」，可是你要怎麼拍這個場面、要用什麼元素，除了打鬥之外，你要賦予這場戲什麼樣的美學？打鬥誰都可以打，我找個武術指導就可以了，像是雙瞳裡面的打鬥就是沒有美學在裡面了，就是純打鬥、莫名其妙的打鬥，像是暫時停止呼吸那種以外，很傳統的香港片打鬥模式，看不到它的美學，不過這部份本來當初是有計畫的，可是因為時間問題放棄了這個想法。所以後來我們會更知道要堅持某種美學結構在裡面，除非這個東西不重要，不然它要是影響整部片的重頭戲，真的是一個鏡頭都不要放棄。這是一個創作者的基本態度：不能因為時間來不及、超支，就把這場戲放棄，這樣就像一個人放棄你的心臟，你可以放棄一顆腎臟、脾臟，還可以活，可是沒有了心臟，你還有什麼呢？

一般人在說的藝術電影和商業電影的分別，其實最大的差異只在思考邏輯的不同，你把一個商業作品當作藝術電影去行銷，那就是藝術電影的票房格局。你把一個藝術電影用商業的行銷模式去行銷，它就是一部商業片，也可以賣的很好，吸引到很多觀眾。

問：您覺得一部片子的拍攝，監製與導演的分別是不是一定要很清楚？換句話說，像是陳國富先生這樣，身兼導演監製？

答：也不會，這樣是會有衝突，但也不是不能成立。（那是在什麼樣的人、什麼樣的條件下，才可以在這兩個位置取得平衡？因為好萊塢也有很多導演身兼監製的例子）第一點你必須要有行銷的觀念，當你是在導演行業中奮鬥出來的，拍出來的東西也基本保障，然後你也懂市場，對方也願意投資你，這時它投資的是「你」這個人，不只是你的作品時，你就有能力資格身兼監製與導演，控制一切。當你是一個很好的導演、票房導演，我有錢願意投資你，不管你拍什麼我都投資，或是我有一個東西提案給你...這時你就是在扮演監製的角色，因為你沒有一個中間人。今天如果你在找一個中間人來，因為別人比較相信他和他的判斷力，就像是廣告商我可以直接發包給工廠，這時你這工廠就是身兼監製與製作；也可以透過廣告公司來發包，這時廣告公司就是擔任這個工廠的監製。能否擔任這種職務，試看你的號召能力與程度，也有些是純屬個人感情的：我覺得我欣賞你，就是要投資你，這些錢輸了就輸了沒關係，有些時候投資人就是錢很多，覺得就是想玩玩看。

問：陳導演的這部《雙瞳》，就這情況來講，他的身兼兩職的情形，其優勢與劣勢？

答：他比較適合當監製，反而比較不適合當導演。因為他的心也不在導演這件事情上。大部分時間他都在思考怎麼去經營片子的市場，而不是經營這部片的拍攝上。（那為什麼陳國富會被選為導演？）我不知道，這就要看香港的哥倫比亞，可能認為讓他來拍就好了，（資料顯示這部片之前有考慮過其他人選執導？）曾經有過一些不過我想不要講比較好，會傷人（那為何這些人選後來沒有被通過？）有些是沒有時間、有些是對方（哥倫比亞）覺得他的資歷不足，地位比較大一點的導演，則可能是因為導演與導演之間的恩怨，即使認為他有這個能力，就是不想找他，要給年輕的、有可能性的導演拍的話，哥倫比亞那邊又覺得這個導演太年輕資歷不夠，讓他操作這樣的片子會不放心，不過老實說，陳國富也不夠資歷，你看他前面的作品都不是走這個方向的...反正香港那邊就是說：那你就自己拍好了。

問：雖然台灣的創作人力是十分豐富的，不過從這點來看，還是受到投資人的一些條件上的影響蠻大的。

答：這是一定的，任何時間都是這樣，現在也是這樣。

問：那要是這情形換成台灣本地的投資者，像是《鬼絲》，也會作這樣的考慮嗎？

答：會。（那為什麼會選蘇照彬先生當導演，他沒有獨立執導的經驗？）這我就知道了，他執導過愛情靈藥，是和一位MV導演合導的。

問：您覺得台、港、中三地，目前主要發展的類型，以及拿手的類型有哪些？

答：我也不知怎麼回答，就類型的東西，是很難界定的，任何地方的類型都很多，也是會互相重疊到。我認為沒有那種某地方擅長什麼、不擅長什麼的問題。只有掌握在投資者手上，它想要拍什麼片子，就投資哪一種類型，不是說某個地方沒有這類型的劇本，每個地方都有，你看每年的優良劇本，裡面各類型都有，多的是，要愛情有愛情，要科幻有科幻，歷史的也有，鬼片、懸疑驚悚的也有，只是看投資者要下哪一個注，看今年流行什麼，像今年流行鬼片，就是一堆鬼片，明年流行的或許又不一樣了。這是一個現象，但其實不是好的現象，你可以跟風，但是我認為在跟風這件事情上不要賭太大。要賭的是你要怎麼主導流行，而不是跟流行。

問：那在製作的條件上呢？兩岸三地在可提供的製作條件上各有什麼分別？

答：香港的技術比較好，台灣的題材比較多元，大陸的人力、景色和拍攝條件比較好。

問：《雙瞳》故事的設計發想過程？主要創意人員的決定（例如決定誰是導演）是怎麼形成的、以什麼樣的條件選擇的？

答：這故事是陳國富和蘇照彬一起想出來的劇本，不過這方面我不清楚，（參與創作與修改的人有誰？）只有他們兩個。（哥倫比亞那邊有沒有提供意見？）這我也不清楚，他們之間是有去美國、香港開過會，但是我當時不在現場，回來他們也不會提，所以我不清楚他們是不是有給他們故事上很大的干涉。我是拿到劇本時就是已經是最後的版本了，拍攝之間的更改都是一些技術方面的更改，而不是題材上的部份。

問：導演陳國富先生在訪談中有提到「驚悚片」的全球性、通俗性，您認為在哪裡？

答：應該說它是一種安全的題材，人會喜歡看浪漫的文藝片，也有喜歡看搞刺激的驚悚片，或是動作武打片，反正你看每年的票房統計，會發現，有幾種類型是永遠不會沒有市場的，只要你拍的好或有卡司，一定是有市場的：愛情文藝片，喜劇片、動作片，再來可能就是驚悚片或是色情片。聰明的人就會把幾種類型的元素融合在一部電影裡面，例如驚悚加動作片、愛情加喜劇，這樣可以抓到更多的觀眾。

問：《雙瞳》能吸引的是哪幾種觀眾？

答：我不肯定，或許是喜歡看限制級的市場吧，其實它大部分在行銷上賣的是對於人的好奇，不是因為它拍的很好，（賣的是視覺上？還是感官刺激上的？）是宣傳上的，它對觀眾宣傳這是一部什麼樣的片子，讓你覺得不去看看很怪，明明後面上映的「超限制級版」，也只是多了幾個砍頭的鏡頭，其實沒有什麼，可是就是再賣了一次人的好奇。因為觀眾會想看一些原來戲院被剪掉、看不到的血腥鏡頭，結果去看了才發現沒有什麼差別。說得難聽一點，其實是不斷地在騙觀眾的好奇。

問：這是否意味了，雙瞳當初要是沒有這麼周延的宣傳設計，就達不到現在這個成績？

答：應該是，其實整個行銷還是哥倫比亞的行銷系統之內，說實在，這種片子只要一上了行銷點，願意配合你的廠商、結盟單位就會很多，不難找，說實在就是有錢好辦事，格局越大，配合廠商就越多、配合意願越高。你一部一千萬拍的電影想找廠商，誰理你？你要是資金夠大，是人家要來求你和它異業結盟。（所以因為這麼多結盟與商業手段，雙瞳才可以有這樣的成績？）應該是這樣，最主要還是因為它是第一次這麼大的資金，觀眾進戲院不主要是因為它是一部驚悚片，而是想看看你一部那麼大的製作拍出來會是什麼樣子，想看看台灣拍的第一部好萊塢電影是什麼樣子的心態。（所以本片商業性的驚悚片條件反而不是最主要的？而是好萊塢的包裝？）個人感覺，是這樣沒錯。

問：《雙瞳》如何實踐「驚悚片」的在地再現時所應該擁有的特出元素（在地宗教的再現是怎麼處理？台北的景象參考的除了美術與攝影指導的想法之外，您是報持著哪些方向發展？又，您覺得您這部作品，和以往的作品，甚至以往的台灣電影，是否還有什麼相同點）？

答：我不清楚，當初是有一個想法，要強調台北這個地方很熱的元素在其中，除了這個以外，還要強調一些在地的東西，不過沒有什麼特別針對的地方要去呈現台北。

問：您提到採用了一些在地的東西，您覺得《雙瞳》為驚悚片帶來了什麼樣的新東西？

答：沒有。人家會說道士道教的東西，可是這種東西香港片就一堆了，有什麼特別？

問：商業性是電影製作都必須考慮的環節，尤其是資本和製作規模較大的電影，您覺得商業性是否就是通俗與大眾化？通俗化與大眾化能否與好萊塢劃上等號？又，通俗與大眾化所造成的創意上的取捨，你覺得是正面多還是負面多？

答：我覺得不一定，我覺得重要的是你怎麼處理一個公式，你怎麼作才能符合商業性？這是一個公式，好萊塢已經運作了超過一百年所累積出來的公式，真的能夠用在每一種題目上面嗎？那這樣為什麼總有一些不符合商業元素的電影經常能脫穎而出？像是厄夜叢林，我的希臘婚禮，它也沒有明星，怎麼都可以突圍？像臥虎藏龍，對於美國而言是完全沒有明星的，它還是這麼成功。重點在於你怎麼去行銷你的商品，去思考怎麼為這個商品發展出屬於它自己的公式，而不是拿舊有公式去套用在每一件商品上。

例如我做一個杯子來賣，當馬克杯現在很暢銷，但是我的專長就是作高腳杯，我要作的就是怎麼為高腳杯開創更多的商業市場。我應該要為高腳杯發明一套公式，而不是去作馬克杯，頭腦是活的，商品也是活的。應該作的是去為商品創造它的價值，而不是一直套用公式邏輯，不然當初與狼共舞怎麼會大賣？誰會想到去看美國印第安人的東西？但它確是當年最紅的電影。

所以當選擇拍攝這部電影，你就該為這部片發展一套屬於它的行銷模式，而非套用舊有邏輯。像是最近很多紀錄片，一開始找政治人物站台，一開始會有票房，但是你這方法能用多久？要是之後的片沒有政治性，比如說《翻滾吧！男孩》，它能照《無米樂》、《跳舞時代》，或是《生命》的方式，去找總統或政治人物來嗎？雖然他們是不用錢的公關宣傳，但是以《翻》片的題材，適合找他們嗎？其他方面不講，就講代言就好，這部片找台灣的運動明星才恰當，台灣也是迷運動明星的低個地方，找他們去看這部片，然後請他們發表感想，就有代言的魅力了，一樣可以讓一些喜歡運動的，崇拜這些偶像的人會想看這部片。還有很多線索可想，可是就是要為這部片打造專有的行銷就對了。

問：所以當考慮到商業性，不只是它的內容，而是整個塑造它形象的過程？

對。所以一個監製，面對你製作的商品的時候，要知道這個商品它不一樣的地方在哪裡。監製和導演要很密切，但並不是監製叫導演做什麼就做什麼，也不是導演自己想做什麼做好了就賣你，導演要和監製表達想法，讓監製把想法放在未來的行銷上面，片子好賣；監製發現導演創作的思考超越了觀眾能接受的，會不好賣，監製要和導演溝通，兩者要將影片的商品與作品之間取平衡，東西才能一致。兩方一半一半，賣商品的要了解作品，了解好在哪裡才能賣；創作作品的要知道作品的市場在哪裡，才能符合其需求，有些作品是一個很棒的藝術品，卻無法成為商品，有文化的產品必須同時兼顧商品的美感靈性與實用性。賣的人要思考使用者，做的人要思考其美觀與實用，殊途同歸。

問：就您所知，像哥倫比亞亞洲這樣子的跨國單位，是以哪些方面為準則，選擇他們要投資，或者策劃的對象？

答：其實現在整個好萊塢的電影題材，已經面臨沒有新題材可開發的境地了，關於他們那地方的題材已經要開發完了，所以現在在向各個國家開發新的題材，之前的重點放在英國片、法國片等歐洲題材，這幾年當大陸市場逐漸開發、韓國電影逐漸興起之後，整個挹注資金的方向慢慢轉移到東方，但是一開始它不敢下太多的資金，所以投入的對他們來說都算是實驗性的、試探市場的，像是《雙瞳》，這算是他們一個試探市場的資金投資，大陸他們也在試探，大陸這樣的第一部片算是《臥虎藏龍》，雖然也是台灣片，不過都是在大陸取景拍攝的，香港第一個是《順流逆流》，然後《臥虎藏龍》之後大陸又出現了《大腕》、《天地英雄》，一部一部不斷的開發，反而香港越來越少，台灣根本沒有，我推測是認為這兩地拍的片子都不賣，它們（哥倫比亞亞洲）慢慢發現大陸對它們來說是比較有潛力的，好幾部操作成功的都是它們拍出來的，不只哥倫比亞的《臥》還有《英雄》，成功案例多，資源也最大。

大陸的市場因為剛開發，什麼都收的階段，藝術片收，朱延平的搞笑片也收，我想再過約五年十年，當觀眾的文化水平越來越高，就會開始篩選一些品質與內容都好的，其他的看錄影帶、cable 就好了。而台灣就是已經在這個階段了，但是對大陸來說，是一個爆發的時代，因為它剛開放，民眾吸收的能力很強。台灣花了三四十年達到的階段，說不定它們十年就可以達到了。而且這段時間急速成長，所有投資都進來了這個處女地，未來的東方電影市場應該是根植於大陸的。但是台灣能不能在這股洪流之中穩住腳步，開發出屬於自己色彩的東西很重要，屬於自己色彩的東西不是要你閉門造車自己研發，而是你的格局要到一個程度，我認為最好的狀態是，台灣來當經營者，選擇市場選擇人力，你高興說它是大陸片也行，這就像台商在大陸設廠，你實際上也不能說它就是大陸公司，一樣的道理。當你沒有辦法去成為一個製造商，你最好成為一個經營全亞洲市場的經營者，如果我們在技術與創意上面明顯地再處於弱勢，是否可以選擇扮演最高層的角色？也不是台灣市場就死了，自己的市場是要去開發屬於自己的特色，才能立於不敗之地，不然是一定死的。如果台灣一直這樣下去，是不會有電影的，台灣也不會有經營者，都是半導體的天下，多可憐，一個沒有電影的國家是沒有文化的。

問：導演對外來資金的態度？

答：我的態度是開放的，對我來說是很 ok 的，現階段我們真的是需要外國資金的，不是本地沒有資金，而是這裡的投資者沒有指標可循，在這裡沒有專門投資電影的人，它們不會也不敢判斷，但是外來的資金它可以判斷這裡拍的片有沒有市場，也會投資，它們的投資以後要是賺了錢，或是創造了一個有票房的導演、明星、製片，它們要自己提一個新的案子給投資者，是很容易的，因為這是品質保證，不過現在沒有指標的狀態，只能迷信明星導演、製片、演員。質素夠高的經營者是要靠累積的，又有豐富投資經驗才能建立正確的判斷能力，不可能一入行就有高判斷力。（這些您所提的經營者，包括監製？導演？）對。

問：那台灣屬於技術勞動環節的呢？它們這段期間有什麼需要克服的？因為您剛剛提到我們在這些製作優勢上比不上人家。

答：這些人其實比我們更弱勢，是依附在整個電影環境下，電影環境好它們才有很大的發揮空間，不然它們只能拍廣告，它們可以拍大規模的廣告，但是生命力不夠，但是這裡可以拍出生命力的電影作品，技術性又不夠，試圖結合兩種企圖的又必須要大量的成本，我們目前也沒有，它們其實是有思考、有技術、有能力的，不過它們沒有一部片子可以給它們發揮，這是比較悶的一個地方，除非真的你就是搞一部大的電影來拍，然後其中投入最優秀的工作人員，通通到位，那就有可能創造奇蹟了。當你是一個成功的經營者，你要考慮的便不再是人力上的本地外地，你要考慮的是誰是最好的最適合這個案子的？不過他的理想性還是在的，你要怎麼讓人家看待，你所在的這個地方有這個本事，你沒有在這個地方運作出部強片的話，你要怎麼說服人家我也可以運作你們？目前我有沒有辦法運用本地的資源作出一個案子，證明我們能力很強，只是沒有發揮而已，我們當初就是希望《雙瞳》扮演這樣的角色，結果它把這些我們可以發揮的人力都給了香港。所以它也許在台灣有很大的票房，但是對於這個產業並沒有一點任何提升的幫助。因為我們沒有一個工作人員是因為《雙瞳》這部片變成一個被認為具大型影片運作經驗的人，攝影師、美術，都是這樣。

問：台灣現在開始有人希望能製作出大型的商業製作（如蘇照彬先生與黃志明先生目前又聯手拍攝中的《鬼絲》，當然還有導演您籌備中的《賽德克巴萊》），不管有沒有跨國資金的加入，就您自己未來的計畫而言，來自對於電影的商業潛力規劃和您自己的企劃方向，會朝什麼樣的發展？跨國性的元素又會在什麼方面，有著什麼樣的影響力？

答：這問題其實我剛剛也大致提到了，我只覺得，講大家都會講，我剛說的這裡業界 80% 都知道我說得是什麼道理，什麼理論，可是沒有人願意去實踐這個理論，我知道也許我現在在做的這個東西，大家都認為不會成功，可是我覺得它一定會成功。原因是因為，我是在實踐這個理論，你們認為它不會成功的原因是它套用了某種公式，其實我是研發了一種適合它的公式，我們這半年來，去年一年是空白的，我們一直在研究用什麼邏輯、模式套用在這部電影才會成功。這東西目前為止我們還在規劃當中，我們不斷的在規劃，在談，和人家談過之後發現少了什麼，我們在去計畫那一部份。

我們在打一場沒有人打過的仗，我們沒有像《鬼絲》一樣，雖然我們一開始都花了不少時

間，但是《鬼絲》採取的是比較譁眾取寵的題材，就是商業性非常重。但是這也不表示我們的商業性不夠，而是你怎麼去看商業這種東西。你如果以為原住民題材沒有商業性，沒有大卡司，就沒有吸引力，那是因為你是用了固有的邏輯去看它，但是難道沒有這些邏輯就不能夠做出什麼樣的東西來嗎？

所以我們在給投資者的報告過程裡，我們的預估是樂觀的，你們認為我們不可能，這表示我們一定可能，因為我們沒有對手，因為你們不可能和我們作同樣的事情，既然我們是「同額競選」，那其實我只等待足夠人到位就可以了。我現在找的資源就是這一塊，找出用什麼方式，讓我們能夠讓人家坐下來聽我們講這個案子。這裡就有大部分的人先入為主，認為我們不會賣，就不談了，但是有和我們談過的人，都認為有希望，只是它們不敢挹注的原因是因為，我們沒有指標性的人物讓它們下注，它們會擔心。到目前為止我們已經累積了完整的說服人家投資的說法，累積的很不錯，但是我們中間遇到的不一定是老闆本人，有些是代表，它們或許能夠被我們說服，但是它不一定能明確地回應給它老闆，不過大部分不行，因為它們不是會講故事的人，代表頂多只能說回收多少那些部份給老闆聽，但是作用也不大，因為沒有以前的數據可提供參考，讓你知道台灣電影可以賣到什麼程度，所以就失敗了，所以這是第一個要突破的問題：如何讓真的決策者聽我們說。其實我們在作品的思考上其實已經十分成熟，只要錢來，我馬上可以進入籌備期，我不用在想我要怎麼拍，都想好了，分鏡表都出來了。這才是對投資者最大的保障，現在你要考驗的是我的執行能力，能不能把這一格格的分鏡執行出來，若不行，缺的一塊，我能怎麼補強。這是一個電影的專業投資者要考慮的，但是很多不是，它們只要看到錢和數據，數據代表的是一種規模，但是我能給投資者最大的保障不是在於數據。我們的誠意就是你最大的保障。在你們都認為我們不可能的時候，忘記了一個最重要的關鍵：我們的意志。沒有意志，當初《臥虎藏龍》也不會突圍。這裡面是意志也好是運氣也好，或是一個莫名其妙的想法或行銷的手段，都不是數據評估可以預測證明的，最好的是各種考量都互相搭配，所以這是我們目前最大的挑戰。

問：本片有什麼樣製作的目標？

答：最短期、基本的目標就是把成本收回來。是有階段性目標的，電影本身就是一個個高風險的賭注，這東西講的再好聽都沒用，再多的數據也只是參考，其實有很多的運氣與行銷手段，還有天時地利人和，都要搭配，想是電影上映當天要是來個總統槍擊案，或是 SARS 來了，這樣我之前再多的設計與規劃都沒用。

【訪談三：楊力州導演訪談記錄】¹

時間：2004年4月20號

地點：台北（以電話方式訪問）

問：請問就請您依照您在製作《雙瞳》紀實影片《過境》拍攝一路走來，以及您持續對台灣與華語電影產業的觀察心得來回答：跨國合製對一部電影製作（除了電影內容形式之外的產業角度）的利與弊在哪裡？又對一個區域（如華人圈就可稱為一個區域）和一個國家（先不考慮政治主權，如香港、大陸、台灣，在這都可稱為一個國家級的產業領域）的電影產業的利與弊在哪裡？尤其是台灣的「電影製作產業」。

答：雙瞳一片在票房上的成功，證明了台灣是有能力去拍出精緻、有商業實力的類型電影，以及台灣電影創作人才是具有實力的，這幾點應該雙瞳打個滿分。不過很多人面對雙瞳的成果，會認為是因為外資的關係，也會因此認為外資就是好的，但是其實倚賴外資是很可怕的，雙瞳應該讓大家認識的是創意上的品質肯定，對於台灣來說，很多地方、很多企業也是有辦法提供這麼多預算發展這樣一部電影的，他們只是缺乏信心而已，雙瞳做到的，會是給我們本地更大信心，而不應是希望更多的外資進入。

跨國合作的利，我想是在於能有充分的資金流動與技術交流，但是弊，我想就在於本地人員的經驗傳承吧。要光靠雙瞳一片做到解決台灣電影產業很難，當初陳國富製作這部片時，的確也有著希望藉此製作機會提供台灣參與成員的技術學習，但是由於緊湊的拍片進程及時間，使得這個目的發揮的效果其實有限。對於台灣電影發展，我們應該繼續做的是本地的紮根工作，而不只是重視資金的流動與技術的引進。

紮根的工作我認為可以從兩點做起，第一點是專業技術的養成、第二點是觀眾美學的建立。第一點就台灣現今的電影學院教育來說其實成效有限，但是也還過的去，因為這是和產業規模有關，當產業規模能有提升的機會時，這方面自然也會有所增進。第二點的美學教育我覺得也很重要，現在大學的通識課程其實是一個培養觀眾鑑賞能力的好機會，但是現今課程規劃卻常常流於空泛，學生沒有其他機會了解有質感的鑑賞方式，對於外面劣質的資訊便容易照單全收，這可以解釋為什麼像「台灣霹靂火」、「社會追緝令」這類節目可以受高度歡迎的原因。

我認為台灣不見得要發展多完整的電影工業，一些技術性的東西，像特效、化妝，其實也是可以看各地區的優勢繼續合作，但是我認為最重要的還是創意的部份像這次雙瞳拍出來的結果，就說明台灣是很有導演、編劇，以及演員的才能的，這和香港的工作態度、澳洲的技術支援，其實各擅勝場，我們可以在創意的這一方面繼續好好做下去。

¹ 本段訪談題綱部份與黃志明製片訪談提綱相同，但由於楊導演與哥倫比亞簽有合約條款，無法針對雙瞳本身議題對外發表意見。本段僅摘錄楊導演對於訪談問題的第十題回答。

【訪談四：朱延平導演訪談記錄】

時間：2003年5月28號

地點：台北

問：你手上的劇本應該很多，請問是依照哪些原則來拍成電影？

答：直覺吧，沒有固定吧。拍電影其實是很主觀的東西，你喜歡就拍。（什麼直覺呢？）看你喜不喜歡這個劇本。有些劇本看了會生氣，有些看了會喜歡。像我很投資明顯的一個例子就是「挖洞人」，它得了很多獎，在柏林影展得了唐吉軻德獎，林正盛還沒得呢，還有亞太、西雅圖影展等參展。其實這不是說我為了得獎去拍這個戲，自己的片得不到獎就想投資這種片來當互補作用，不是，是劇本很有趣，甚至我還覺得電影拍出來還沒有劇本這麼好，不過這不是導演問題，而是劇本的難度問題，他劇本由最後一場往前寫的敘事難度很高，本身本來就很難給觀眾接受，我們剛開始照這劇本拍出來的有很多人看不懂，所以我們後來又做了剪接上的調整，不過我真的覺得很有趣，所以我就投資了。其實這部片我賠了很多錢，所以他並不是以市場為唯一導向的片子，但有些劇本你會覺得他有市場這就是經驗，但有的是喜好，所以我覺得其實沒有一定的原則說我要投資哪一部片。投資人很主觀，投資人的喜好為優先。有些老闆說我出錢嘛，我甘願賠嘛，就是要拍一個我想要的東西，也有些人說我不甘願賠，就要看他的商業性，看這片子會不會賣，有沒有劉德華來演，有，那應該會賺錢，那我就投資，還可以拿全世界版權，這是一個經驗，所以沒有絕對的標準說那部劇本可以拍，那部不可以拍。一部上好的劇本，像賭片，你找不到劉德華，只找的到澎恰恰、許效舜來演，那絕對不會賺錢嘛，那也是沒人要拍。所以其實劇本也不是唯一的問題，還要想有誰可以來演。

問：就你考慮劇本的話，接下來可不可以拍，可行性大不大，以後的市場賣的好不好，也是很嚴重的問題是嗎？

答：當然，我的投資製作，百分之八十就是看商業性，只有百分之二十會看到像挖洞人一下喜歡結果會賠錢的，不多。我拍小孩子功夫片，我覺得以我的經驗，就可以拍，海外市場都有，都可以賣。

問：製片人工作內容是什麼？

答：這問題問我就對了，因為我的片子來說，我才是真的製片人，其他列的只能算是執行製片人。製片人決定了一部片能不能拍，一個劇本能不能拍，這不是導演可以決定的，是製片人決定的。像兒童功夫片，我當一個製片人看到了劇本，就想說可不可以找到朱延平來導，他從好小子到釋小龍，是很有經驗的，如果找不到，別人導可不可以賣錢；還有我不可不可以找到那種小孩子可以打鬥的...。所以製片人要做通盤的考量，決定能不能拍不是導演，是製片人，今天我的角色已經從導演，漸漸轉為製片人。

問：決定能不能拍之後，還有其他的準備工作嗎？

答：像演員選角，找得到劉德華嗎？沒有那謝霆鋒可以嗎？那他又不行可以找F4嗎？製片人要整個規劃為一個整體，然後去找人。如果F4敲定，那朱延平導演可能不適合，要蔡岳勳，有這樣的組合那海外一定有版權，如果找的到那就可以拍...。這是製片人的想法，製片人就是做這種判斷。

問：一部電影能不能這樣拍下去，那像錢的方面的規劃呢？製片人需要去想這些東西嗎？

答：要阿！製片人除了想要找哪些人，還要想誰可以投資。光想沒有用，找F4、劉德華要很多錢阿！那製片人就要找老闆，去說服老闆來投資，老闆叫出品人。出品人就是出錢的。今天台灣的分工不夠專業，所以我兼出品人、兼製片人、兼導演，所以我沒有一樣做的好，這就是台灣的悲哀。我以前專任導演的時候，票房會很好，因為我沒有這麼多想法，我不去用錢、求明星，只要我想怎麼拍，我分鏡分好，看景就對了。今天我就慘在我沒有老闆了，台灣已經沒有老闆了，連中影都不拍了。沒有老闆就沒有製片人了。我變成自己要

身兼三職，很累又都做不好，最近票房也很不好。（大環境的關係吧，沒有人拍電影了，最近觀眾也不習慣看國片，有好的也都看錄影帶 VCD 了，很累阿！）

問：可以稍微談一下找錢的過程、財務規劃的過程，有沒有既定的方式？

答：當然有阿。這是在敲定劇本演員之外的。像以前我拍「異域」，有一位製片人姚其偉，我想拍這部小說，我請他幫我策劃，他就是製片人，他找到劉德華、庾宗華等等。故事大綱、演員表弄了之後，他會分析預估這部片在台灣可以票房多少？有劉德華的話在星馬、印尼、韓國、泰國、香港、大陸等票房多少？……一估結果一共六千八百萬，成本五千四百萬，就開始問人要不要投資。當然這是預估。以前台灣出錢的都是戲院老闆，老闆一算，覺得可以投資，異域就這樣開拍了，結果出來的結果都比預估的好。當然導演的信用與演員號召力都是很重要的，這是對商業電影來說，我今天講的都是商業電影。藝術電影，也是要卡司，只是這些卡司都是像楊德昌、蔡明亮，只是不靠演員，蔡明亮拍李康生也行，XXX 也可以，導演就是 CAST，所以藝術片也有海外（市場），也是要預售，你不可能一部片什麼都沒有就五千萬砸下來了，藝術電影法國有（市場），東南亞可能沒有，香港絕對不要藝術片，新馬不要…。

問：身為一個製片人，對於票房的預估是很重要的

答：當然阿，不只是拍電影，任何做生意都是要預估的。

問：導演剛剛提到異域，他是在一個分工比較清楚的情形下拍成的，成績也很好，但是這個情況搬到現在，您覺得少了什麼？

答：少了老闆嘛，少了製片人阿。因為它們都改行了，老闆已經不買片了，連中影都不拍了，所有的大老闆都破產了倒掉了，改行了做別的了，所以老闆都不見了。所以我要自己出錢，現在我的戲我自己是老闆。製片人也改行了，因為現在老闆不見了，資金沒有了，很久才拍一部戲，很少，那就去做電視，電影沒有了。所以嚴格來講，台灣現在只有我一個人拍電影，所以我就要兼老闆兼製片人，雜務一大堆，我每天要籌錢、看哪家戲院可以演，還要找演員什麼的，很辛苦。每一樣都做不好，我導演就分神了，每天導演還要想明天要多少錢，錢不夠，一場撞車戲就刪掉了，我以前當導演才不管有沒有錢，撞車要就是要，這就是致命傷，台灣電影是死掉了，剩我在這裡看要撐多久，沒落工業了，夕陽工業了。

問：我們之前看過一些發行資料，您所拍攝的一些片子所登錄的製片人不是導演本人，如鄒積鈞？

答：他其實是執行製片，製片人與製片是不一樣的，製片人負責請導演、請明星、賣片子、安排找老闆的，這叫製片人；鄒積鈞是執行製片，是製片，他是我（製片人）找來安排去借這個景，他沒有辦法去找劉德華，他也沒辦法找導演、找老闆。他是安排明天借景、安排整個拍戲的製片，和製片人是不一樣的，那叫執行製片，負責買便當阿、找場地阿、安排導演明天拍哪些畫面阿、安排遊覽車阿，安排演員幾點鐘到現場阿、借景借別墅阿…。這是拍攝執行製片，和製片人不一樣，像（香港）邵逸夫、鄒文懷是製片人，但他絕對不是製片，他不會安排你明天你拍什麼戲、明天便當吃哪裡、不會跟你去借別墅。製片人和製片差很多，邵逸夫、鄒文懷才是製片人，那鄒積鈞他是執行製片。差別在這裡，所以製片不是製片人。（因為我們參考的是電影年鑑…）他們寫的不一樣，像我的異域等等，他的製片人應該是蔡松林，他是老闆，他也安排整個找老闆，安排發行阿，決定的人都是他…。

問：稍微談一下一位製片人需要找錢，那是怎麼找法？

答：就是拿這些表格去找老闆分析，你認為可以你就投資，（那對象有誰？）就以前都是戲院的老闆，台灣老闆就是這些：學者院線蔡松林、龍祥院線王應祥，還有中央電影公司…不多啦，就是所謂片商（有沒有其他的單位？）偶而有，以前麥當勞、義美有投資過，不過它們投資過一部就不做了，腳沒踩下來，台灣的電影製片不太健全，台灣的收入不明確，義美會要求票房的電腦報表，我們只能給一張紙寫昨天六十二萬三、嘉義十幾萬，不過它們會要求寫十一萬六千三百六十二塊阿…！不過你根本沒有辦法確定，他們會不想投資是因為回收他沒把握。

問：剛剛討論的都是拍片開始之前，那關於拍片中製片人要負責什麼工作？

答：要負責看導演的走片。台灣的製片人其實不明顯，外國製片人看到拍偏了會直接叫導演重拍，好萊塢的製片人是非常強勢的。台灣的是尊重導演，導演制，導演愛怎麼拍，製片人基本是不管，安排好了就沒有什麼責任，就管之後的上片宣傳。（就算發現導演拍中間有點怪怪的...？）沒辦法，但也不一定，如果是大製片小導演就可以，但小製片大導演就沒輒，你對大導演就沒得說啦。你不能對侯孝賢說「喂，你拍偏拉！」，憑良心說台灣是導演制。（那除了導演走向的問題，有沒有別的要注意呢？）製片人在台灣最重要的就是看有沒有超出預算，預算四千，你拍到八千就不行，製片人在這方面倒可以強勢的去控制。

問：那在拍片之後這部電影的發行與行銷方面的問題？會不會去規劃？原則？

答：會阿，原則就是做宣傳、排院線。製片人要去排院線，華納威秀上不上我的戲？喜滿客上不上？還是只能上到三流戲院？這都是看製片人的能力。檔期阿，你上的到暑假檔還是考試檔？這也是看製片人。

問：導演製作過許多商業片，也製作過像挖洞人這部藝術片，你覺得這兩種片的製作到後來的市場行銷，有沒有什麼原則？

答：當然有，這兩種片的執行操作完全不一樣。基本上我承認我不是一個好的製片人，我不論是操作商業片或藝術片的發行都一塌糊塗，隔行如隔山，我只會拍戲。我以前的戲有蔡松林幫我弄發行，像「烏龍院」，他會剪廣告去打（宣傳），我只管拍，不管這些，他還有關係幫我排到暑假第一檔，我作了製片人，拍挖洞人，我不會打，結果後來找柯賜海宣傳，我認為很不錯，結果證明是失敗，我認為我在學習。要拍檔期我拍不到好檔期，賣座也不佳，這是藝術片，不過老實講我商業影片也不好。所以說最好不要跨界，你一輩子是一個好的製片人，或是好的導演就了不起了，你很難同時是好的老闆、好的製片、好的導演，不是沒有，可是很少，（都需要學習吧），很痛苦，都是血的教訓，這樣快一點吧，你一次賠個一千多萬也可以學到很多經驗。

問：一個製片人與其他工作人員，資方、執行製作等的關係如何？扮演怎樣的角色？

答：其實製片人基本上不會和工作人員發生什麼關係，他高高在上，他只針對一個製片（像鄒積鈞），聽製片和他報告今天拍了多少，花了多少錢，然後看片子，基本上台灣的製片人是不看片子的，你不要超預算就好了，每天算帳還有多少錢...他不會擔心今天場務、倒茶的心情怎麼樣，化妝師化的好不好什麼的，製片人是作製片人的大事的。

問：製片人與發行、映演之間的關係是什麼？

答：製片人就要負責發行，你們今天一定先要把製片人和製片分清楚，製片片子拍完就沒事了，鄒文懷就是製片人，所以他會考慮成龍的片如何發行海外，嘉禾的片要如何發行，他是製片人，他也是製片人兼老闆，製片人是可以兼老闆的，以台灣、香港等華人的情形來說，通常製片人都兼老闆，兼出品人。像鄒文懷、邵逸夫就是最好的製片人，像向華強、他是製片人，也是中國星的老闆，他們都要負責發行，他們要去排檔期，因為它們都本身又是片商、戲院老闆（例如嘉禾院線），檔期根本沒問題，所以製片人要與發行有密切關係。他主導一切。

問：剛剛討論到製片人在運作上、經費控制、人力注意等等，不過在內容方面，製片人會不會也有介入？

答：這不一定，通常像鄒文懷也會干預，我說鄒文懷因為他是很成功的製片人，但是成龍的戲他不干預的，這沒有一定的，電影這東西是非常活的，這是大導演或是大製片之間的差別，大導演的戲他不敢干預，但新導演他就會叫過來說「你拍這是什麼東西阿，多跟人家學習阿，要重拍」之類的，不過成龍的電影就一定放他拍。像他拍徐克的片，他也不敢干預，因為他是大導演，嘉禾也拍爛戲阿，最近的「蜀山傳」，拍的很爛，鄒文懷也不敢講，基本上是導演大小牌的問題，這沒有一定的。其實電影就沒有一定，他也可以沒有製片人就拍了，自己獨立製片就拍了，沒有公式，沒有辦法講定，完全看情況而定。像陳果自己就是製片人兼老闆，他一部片幾十萬就拍了，找了很多廢底片就拍了，你不能說陳果不是製片人，他和鄒文懷都是製片人，只是一個監製一億港幣的戲，一個監製三十幾萬的

戲，大小製片人而已。

問：剛剛提到楊德昌導演，他最近幾部電影都是採國外投資的方式，你會不採取這樣的方式籌拍電影？會是為什麼，不會又是為何？

答：嗯，不會，每個人做事方式不同，看個人習慣吧，我不習慣國外的人來，第一，我不會講英文，溝通就很累很麻煩，楊德昌是美國人，他溝通的很好，而且很多海外同學有關係，我是很 LOCAL 的，基本上，我的片子也不會有外國人來投資，因為我的最大市場就在東南亞，我在台灣、星馬、印尼、泰國有很多好朋友，他們也沒法投資我，他們都買（像）印尼版權就好，他們也沒辦法控制全世界，所以基本上我不適合，像楊德昌，他東南亞沒有，就是法國有，所以法國人會投資他，他們講好題目就會拍了。

問：你覺得這種合資的方法有什麼優缺點？

答：其實像楊德昌這種投資方法這是很主觀的，他是導演制，是一個名牌，那些投資人知道是楊德昌導的，就會給他一筆預算，然後楊德昌包拍，他是包拍法國人的戲的，給多少錢，你拍省下是你賺的，超過你就要貼，不過你是大導演，所以你不亂拍，你有知名度在裡面。所以買楊德昌的電影就是這樣，他拍得很好它們就賺到了，拍的狗屎它們就賠了，楊德昌也不是部部好，侯孝賢也不是部部好，他們也會有風險，但是你就是賭它們的知名度。

問：這樣的合作方法，對製片人來說，有什麼好處壞處？

答：有風險，主要就是這個問題，出來的片得了獎你就賺了，沒得獎你就賠了，就是這麼簡單，他們都是賭獎，得了獎的片子世界都可以賣，得不到獎就比較差。

問：以台灣而言，多少錢就算是大成本大製片的片子？

答：五千萬以上就算了吧。像我之前的「火燒島」、「九尾狐與飛天貓」（六千多萬，張曼玉、張學友演的）都算，還有最近的「雙瞳」有一億多吧，（有包含之後的行銷發行成本嗎），都只是拍攝成本。

問：那行銷與宣傳的成本差不多多少？

答：完全不一定。可以一百萬上下，也可以六千萬上下，最近的駭客任務行銷宣傳和蔡明亮的「你那邊幾點」，就可以說是極端，駭客任務宣傳大概下到三、四千萬（都可以拍一部片了）。我以前的戲也是這樣，我兩千萬拍的，就花兩千萬宣傳，和化妝品一樣，市道好的時候就是這樣子，我的「烏龍院」花了兩千萬拍，宣傳下到三千萬，結果它上兩億，很難說的。

問：行銷與發行的資金從哪來？

答：這要看你的台灣（當地）版權賣給誰，誰擁有這部片的版權，就他們決定要花多少錢宣傳，「異域」當初台灣賣給學者公司，他決定下一千萬廣告，他覺得值得就花這麼多，現在駭客任務，公司預估可以上到兩億，那我下四千萬宣傳有什麼關係？他們都要估，都要專業。（那身為製片人，就不會參與行銷宣傳的規劃？）基本上不會，片子版權賣了，製片人就不管了，不過很難說，如果是鄒文懷，他就要管，因為他也是出品人、片商、戲院老闆，他又是製片人，當然他都要管，不過像我（異域）的姚其偉，是我的製片人，他幫我籌資金，找老闆，找演員，拍好他把片子賣給學者的蔡松林，他就不管了。製片人照理說是不該管的，片子賣出去了就讓片商去管，如果他要兼片商，那就要管了，因為他要賣出去，為老闆收回成本。

問：一部電影票房收入之外還有哪些收入，佔了多少比例？

答：還有錄影帶、VCD、還有 CABLE、有線電視。至於比例，（就我的影片）時代不同了，我以前的烏龍院，我台灣收兩億，錄影帶的賣了一千萬，CABLE 賣了兩百萬，所以是差不多是 20 分之一，但是現在，錄影帶和 CABLE 大概佔一半到三分之二，電影不賺錢了。

問：可以打平嗎？

答：我是可以，別人就不行，所以別人就賠錢沒辦法作，才能繼續拍。我不是無底洞，有

賺錢我才能繼續拍片，我的電影不是靠台灣回來，我靠台灣、香港、星馬、日本、韓國，全東南亞的收入來 COVER。

問：既然海外版權市場是你的重要收入來源，為何不考慮在版權回收之外合製（聯合製作）的可能？

答：有很多人合製，可是我不喜歡，我們很 LOCAL，我和泰國人合作溝通說不通，很不舒服，合製就是要大家管，我不喜歡有人要來管我怎麼拍。老實講，今天作電影我開心就好，有麻煩的我就不想要，合製那種你要佔多少、他佔多少的斤斤計較，我覺得很麻煩。

問：我們想提有關哥倫比亞在台灣製作的一些影片，像剛剛提到的「雙瞳」到之前的「臥虎藏龍」，都是合製或合資的例子，聯合了其他國家製片人員？

答：合製很簡單，只要你有錢就可以，我的戲有香港的程小東來做武術指導，到大陸拍片有大陸的工作人員，我到大陸拍的片都是合製，可以有劉德華、寧靜來擔綱，我也常常合製。可是合資就很麻煩，這牽涉到會計制度等等，就需要有專業人去處理這些，我只要有錢就可以找到很多高水準的人一起來合製。合資是別人拿錢出來看你怎麼用，就很麻煩。（導演是認為有錢一切好辦事？）的確，有錢你就都可以拍，台灣現在最慘的就是沒錢。

問：若是我們擁有了足夠的資金，可以大量去作很多合製的大規模影片，是否我們就會有一些優勢存在？

答：未必。哥倫比亞其實合製了很多戲，除了雙瞳和臥虎藏龍，其他都死掉了，連雙瞳都不見得成功，也賠了大錢，他在台灣好而已，香港不成功，全世界也是，美國也沒辦法上片，他花了兩億拍攝，只在台北只收回四千萬，是一個失敗的投資，真正成功的是臥虎藏龍，也一部而已。元魁拍的「夕陽天使」（趙薇、舒淇、莫文蔚主演）也是哥倫比亞的片，更慘，一億台幣拍攝，在港只收回了一百萬港幣，總收入四百萬台幣，完全無法回資，其他地方都無法上片。另一部「大腕」只有在大陸賣了一千萬人民幣，台灣三十萬台幣，香港四十萬港幣，全世界賣不掉。這些都是合資合製影片的失敗例子。（那臥虎藏龍呢？）只有成功一部臥虎藏龍，那就像是六合彩中頭獎一樣，現在的成功其實當時像是賭博，李安他其實不會拍中國片，他是在美國由「理性與感性」開始，在「冰風暴」、「與魔鬼共騎」後越來越走下坡，才又回來台灣拍片，像吳宇森就不會再回來拍中國片了，李安是走投無路才回來在拍華語片，這是六合彩，不是常態，大家不要試圖在裡面找出什麼「李安模式」希望找到下一個李安，我們不能整天討論怎麼去中頭獎，就一直去賭博，那台灣電影會死的很慘。大家（包括李安自己）當初都沒想過他會這麼好，徐立功、中影、邱復生當初都不敢投資，最後才找到哥倫比亞，投的錢也不多，比大腕、雙瞳都便宜，還比英雄便宜。英雄勉強算是打平的一部，其實它海外也不行。臥虎藏龍最厲害的是他在美國賣了一億多美金（約台幣四十億），其實在台灣的八千萬票房根本不算什麼，而且它不只在美國台幣四十億的票房不算什麼，美國成功讓它在英國歐洲更有市場，因為他已經是好萊塢片。所以雙瞳只能在台北收四千多萬，全世界卻沒有空間，這其實也是失敗的例子。所以其實哥倫比亞已經不投資了，因為沒有優勢了，臥虎藏龍只是南柯一夢。我一直告訴很多新導演，要學會過日子，不要只想過年，過年不是天天有，像我就是知道怎麼過日子，所以我才能過了二十年還活到現在，很多新導演過的一兩年，錢花完就沒了。所以我覺得合資合製的優勢不見得有，結果出來的片子東不東西不西，只是些三流洋片，並沒有什麼優勢，李安就是。像徐克的蜀山傳，還被美國退片，其實徐克的東西很中國的，很會分鏡頭，之前的倩女幽魂多好。李安沒有徐克聰明，所以他走出來，他不會拍武俠片。

問：導演的確是台灣很少數現在還「存活」著的導演，還一每年都有片子生產出來的導演。請問你對你的製片、拍片有沒有什麼規劃？

答：我已經英雄寂寞了，現在只有成龍還在，其他都不見了，我從一開始和瓊瑤打、後來和楚原、和程剛的賭片、和麥嘉、石天的新藝城，一路打過來，這些人都已經告退了。我其實是很有戰鬥經驗的，不過過日子真的不容易。其實我真的沒什麼規劃，有規劃就不會拍這麼多，我前十年是受黑道控制，那時拍片很賺錢的，五百萬的片可以賣到六千萬，所以我在老大的手下一年拍六到八部片，我的壓力很大，「原動力」很強，那是我最賣錢的全盛期。後來十年好一點，我比較強壯，可以賺了點錢，壓力沒這麼大。現在電影不景氣，「老大」老闆都不玩了，我就開始自己做了，「原動力」沒了，我對自己比較寬厚，沒賺

錢也沒這麼要緊，所以也一直垮到現在。我是沒有規劃的，受到外力影響必較大。

問：在之前多產的榮景之後，現在不景氣之下，您還算是十分多產的導演，請問是怎麼做到？

答：普遍的不景氣之下，香港、泰國、韓國、印尼的情形也沒這麼慘，台灣電影的市場不健全，包容性不夠大，所謂包容性不足，就是現在的台灣電影被影評人、學者給主導控制了，包括輔導金，都只重視藝術電影，商業電影被視為下駟，其他地方都不會這樣。其實電影市場應該是像個超級市場，好萊塢健全不用多說，香港有徐克、王晶、杜琪峰、劉偉強，也有陳果、王家衛，是一個很健全的電影市場，台灣不管是論述評論、輔導金，產製等等都只重視藝術電影，一些似是而非，沒人看懂的片子只要自稱是藝術影片，大家都會鼓勵，但是拍商業片就被罵死，像我就被罵慘了，我是被影評一路罵上來的，說我墮落。電影市場的不均衡，才是台灣電影死亡的主要原因，當市場只有一種電影，就像超級市場只賣一種東西，就是不健全。現在台灣商業導演應該只有我，我為什麼會拍這麼多片，就是因為台灣沒有第二個的商業導演，要說藝術導演一籬筐說不完，這樣是很嚴重的不平衡。現在要是要求我從商業導演轉到藝術導演，我做不到，我也不一定要做到，現在商業影片這塊大餅，只有我一個人再吃，我從之前的火燒島、好小子、烏龍院...等等動作、喜劇片、功夫片，甚至情色片我都有拍，因為沒有第二個人再拍，我已經算很萬能了，我如果我再往藝術片發展，真的沒有意義，我對藝術片有興趣我可以像挖洞人一樣找何平來拍，台灣其實就缺我這種商業電影導演，也缺少市場的多元性。很多人說我講求多元同時，也認為我不賣錢了，我無所謂，我賣這麼久了，現在不賣了也很正常，香港的徐克、王晶也已經不賣錢了，不過他們有更多的新人接棒，讓市場再起高潮。那台灣在朱延平之後呢？這就是長期忽略商業電影，缺少人才栽培的結果，是台灣電影滅絕的最大原因，國片輔導金難辭其咎，只重視藝術影片讓電影市場死掉了，他教導了新導演只要拍便宜的藝術影片就好，不用卡司，誰便宜用誰。十年來輔導金一年十二部影片，至今約一百多部，除了少數幾部，其他都是爛片，這些爛片充斥在錄影帶市場以及 CABLE，讓國人普遍以為這些爛片就是國片，都看不懂，這就是劣幣驅逐良幣，市場大量充斥這些實驗、艱澀、不成熟的作品，不但電影陣亡、導演陣亡，電影市場也陣亡了，應該連輔導金是包著糖衣的毒藥，不要給，應該要想著如何讓觀眾回到戲院，而不是讓這種片子充斥市場。

問：對於上述的情況，你覺得有沒有進一步的解決方法？

答：現在政府一直給輔導金，審核機制又差，乾脆不要給了，回復正常市場，讓我們有地方打仗，應該在「國片院線」上做培養，我之前呼籲的國片院線，現在有七家，不過還是太少，以前我最少都是四、五十家，全省六、七十家，我才敢下廣告宣傳，現在只有七家，我也不敢下。國片之所以沒有戲院演，其實不完全是票房不好（我最近拍的男生女生配，票房其實不錯，不過五天五百票就被下片了），這和外片片商的強勢壟斷有關，有些外片即使賣不好，還是會被握有其他大片的的外片片商要求繼續放映，否則之後大片不得在該戲院放映，保障小型外片放映，國片在其中就被犧牲了，很多國家其實都會面臨這個問題，但是韓國有一年 180 天的保障本國電影映期，這是國家保障文化的政策，大陸還一年只給一個月放美國大片。台灣卻不正常地只出輔導金出錢拍片，卻不給戲院演，只好眼睜睜地看國片犧牲。前年 WTO 談判的時候，我國本來有的電影法保障國片基本放映比例的條文，也拿掉了，其實就算沒有拿掉，其實執行也不彰，還是擋不住外片壟斷。所以我現在反而放棄台灣市場，我的戲在海外都有市場，它們都叫我「土狗王」，現在好日子已經沒有了。

問：除了上述的國內大環境所面對的問題，如找不到錢，找不到戲院，還有什麼樣的問題嗎？

答：就是多元化不夠。應該要多拍商業片，讓市場百花齊放，各種片型都要拍，這個圈子就會熱起來。香港導演是沒有話說，完全走商業，很少個人色彩台灣導演則是太多話要說了，太重個人風格，所以和觀眾距離太大了。韓國片之所以異軍突起，就是他剛好就在上述兩者之間，便從中間殺出一條血路，就是一個很好的借鏡。當初韓國電影市場要振興（像韓國），一定是先發展商業片，而不是從藝術片開始，我不能說藝術片害了台灣電影，應該是說是藝術片的過多比例害了台灣電影，一個正常的市場，藝術片應該佔有十到二十的比例即可，台灣竟然佔了百分之九十五，這是台灣電影滅絕的重要原因，要是這百分之九十五都是楊德昌、侯孝賢的電影那也 OK，不過台灣現在多的只是「所謂」的藝術片，自以為的藝術片。

問：關於這次重點—製片人的問題上，如果現在有一個有效的製片人制度，會不會有助於這個大環境？

答：當然，不過台灣現在沒有（好的）製片人，很慘。如果台灣有個鄒文懷、有個邵逸夫，那就不一樣了。台灣沒有製片人，只有片商。這些片商唯利是圖，當朱延平賣錢就捧著錢來找你，沒有什麼觀念，他只知道朱延平加劉德華加成龍就是賺錢的保證，台灣的製片人就是這麼短視，沒有心去多下培養的功夫。所以台灣沒有嘉禾公司，以前中影的製片人們還算是好的，有魄力有想法，他們帶動了台灣新浪潮，不過現在一個都看不到了。徐立功吧，他是絕無僅有的，我承認他不錯，不過也還好，成就無法與鄒文懷他們比，就是一個臥虎藏龍，其他也還好，而且臥虎藏龍對他也只是因緣際會，並不是他有本事一開始有心一手策劃的。像美國的 MIRAMAX，才是很好的例子。

問：那像最近有進行一些跨國製作的張華坤？

答：他算，他也是很標準的百分之百製片人，他找資金、找導演、決定拍片方向、找宮澤理惠。不過他的片子「運轉手之戀」、「想死趁現在」，都不成功。製片人成不成功是要看他有沒有製作出不朽、或是能造成很大影響的作品，不過我想他沒有。不過他是少數台灣的製片人。之前專拍報告班長的梅長坤，也是個專業製片人，他主導找金鰲勳，找庾宗華，還會告訴導演片要怎麼拍，他是強勢的製片人，也算是個一號製片人，拍了很多商業電影。

問：完成一部電影的過程中，遇到最大的壓力與限制是什麼？

答：最大的困難是上片，我有上片症候群，現在聽票房有很大的挫折感。製片人最大的壓力是在聽票房報告的時候，它們通常不敢聽卻一定要知道，還有一個困難很大的就是找景，像梅常坤和軍隊的接洽，其實就很需要手腕。還有尋求影片內容的突破也是一大困難。

