

## 附錄一 電視台從業人員深度訪談問題

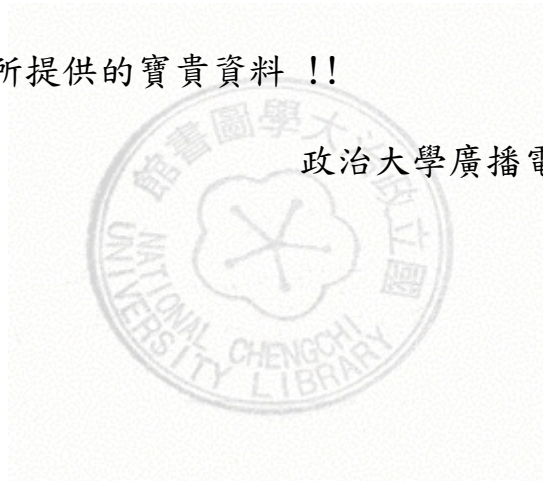
電視台的專家、前輩你好：

很感謝你答應我的訪談，給我機會在電視劇的領域中學習，你的參與將對台灣電視劇產業未來的發展有相當幫助與影響，也希望在這次的訪談中，能對革新我國電視劇產銷體系能有所貢獻。

這次訪談的題目為「台灣電視劇節目之革新」。此為我現正撰寫的碩士畢業論文，研究目的在於對現今電視台產銷電視劇之現況有實際之了解，以對提升我國電視劇自製率及促進節目出口有所建議。

感謝你的參與及所提供的寶貴資料！！

政治大學廣播電視研究所 顏雅玲



## 針對台灣電視台從業人員進行深度訪談之問題

### 一、戲劇節目產製現況

- 1 貴公司目前電視戲劇節目自製情形如何？年產量約多少？
- 2 請問貴公司在自製戲劇節目過程中面臨到最大的問題與困境為何？

### 二、資金

- 1 請問貴公司在自製戲劇節目時，主要資金來源為何？
- 2 製作經費有限是我國戲劇節目普遍面臨到的問題，為了拓展資金來源以提升自製節目產量與品質？您認為可行的方法是什麼？

### 三、劇本來源、產銷一體

- 1 請問貴公司自製戲劇節目之劇本來源多為何？
- 2 您如何落實對電視劇文本創意的生產與累積？
- 3 請問貴公司在戲劇節目開拍前，是否先針對目標觀眾進行分析，並根據此一分析進行文本創作、角色選定、對白編寫等？

### 四、產銷格局、國際交流

- 1 貴公司在自製戲劇節目時，目標市場為何？
- 2 貴公司之自製戲劇節目銷售到海外市場的成績如何（數量、單價）？透過什麼管道銷售？您認為該如何加強戲劇節目的出口？
- 3 貴公司曾與其他國家進行跨國合作？是透過哪種形式交流？帶來哪些助益？

### 五、人才

- 1 在戲劇節目製作過程中，您認為是否有足夠的專業人才？

### 六、研發

- 1 貴公司是否有針對戲劇節目內容進行相關分析研究，如建立戲劇節目資料庫、研究觀眾心理等？是否對海外市場進行相關調查研究？

### 七、未來規劃

- 1 請問貴公司未來有提高戲劇節目自製率或是加強戲劇節目出口的規劃嗎？
- 2 您認為我國戲劇節目未來的出路？

最後，請問您有需要補充的嗎？訪談過程有何需要改進的地方？

## 附錄二之一 電視台從業人員深度訪談完整資料

八大企劃部經理 陳芷涵 2005.05.27

附註：以下以陳作為陳芷涵女士代稱，研究者本人則以我為代稱

### 一、戲劇節目產製現況

1 貴公司目前電視戲劇節目自製情形如何？年產量約多少？

陳：如果不論以長篇或短篇來講大約 4-6 部，未來應該會增加。會根據每台定位製播不同類型戲劇，例如偶像劇「鬥魚」、「火線任務」放在綜合台，綜合台針對年輕族群，例如八大綜合台播出之「娛樂百分百」、「哆拉A夢」都是針對年輕觀眾。

而之前第一台播出的「真愛無悔」則專攻本土觀眾，由於八大新的大樓尚未蓋好，本身沒有符合拍攝八點檔戲劇規格的攝影棚，因此「真愛無悔」是向華視租借攝影棚拍攝的，各電視台也有這樣的情況，攝影棚不夠用，純單機不可能邊拍邊播，因此雖然這部戲收視率已經衝到 1 點多也沒辦法再拍，華視自從江霞上任後，也開始強調自製戲劇，造成華視攝影棚不敷使用的情形，所以即便這部戲收視不錯，但礙於攝影棚借不到的關係，無法繼續延續，而八大預見未來攝影棚將不夠使用，因此有針對這方面加強。

八大戲劇台雖然在大家印象中是播放韓劇，因為現在韓劇發燒，你會覺得都是韓劇，但其實我們也有播日劇、大陸劇，但「燃燒天堂」一劇，既然是國語發音，又是闔家觀賞的戲，因此，我們想 try try 看放在戲劇台播，我們想戲劇台變成亞洲的台，既然是亞洲的台為何不包含台灣的戲。「燃燒天堂」的調性比較和韓劇較不相近，之後的備檔戲，如「惡作劇之吻」，一聽就知道是偶像劇會放在綜合台，還有「大老婆小老公」、「愛戀狂潮」比較都會、比較熟女的年齡層，未來可能也會放在戲劇台試試看。

2 請問貴公司在自製戲劇節目過程中面臨到最大的問題與困境為何？

陳：像我們為什麼沒辦法像韓劇或日劇那樣有這麼多的資金，簡單來說就是因為我們的觀眾群就那麼多、廣告量就那麼多，不可能說為了做一個所謂的好戲，就甘願賠錢也要做下去，你也要去算這部戲廣告滿檔是怎樣，製作費都有上限，預算可以往上調整的因素之一可能在於這個戲的題材、演員，已經確定在海外市場可以到什麼樣的程度，評估後往上調整，但這一、二年海外市場也不好經營，不像以前，何況人家也不傻瓜，看播出之後的迴響就會...例如大陸劇前幾年播出後的反應和現在比，打了對折，大陸劇已經退燒，大陸劇片商、製作單位也知道這情況，所以電視台也不會傻傻的花以前的價碼去買，那台灣現在有點類似這樣，希望台灣以後不會。

我：韓劇題材較為新穎，但台劇卻較為類似。

陳：既然提到這個問題，「巴黎戀人」就是很好的例子，它不是帥哥美女，但它的戲很好，台灣的演員沒有這樣的養成，金晶恩（巴黎戀人女主角）演技有一定的底子、水準。台灣不知道是什麼樣的心態跟環境，造成搶短線。

我：韓國演藝相關科系較多，接受科班教育，台灣較少。

陳：這也是一個因素，總之就是我們就這麼小的地方，他們是這麼大的地方挑選出來，還有一個原因，韓國就像以前的三台時代，所以要擠進那三家電視台的幾個時段，當然是最優秀的，不像我們台太多，每台都在做戲，造成的困擾就是一部戲有好的題材，但要敲演員時發現心目中的A明年才有空，有檔期的問題，B又太貴，所以必須要妥協，所以每個角色可能不是我們的A級人選，但電視台開在那邊就要有戲播，即便是三立也會這樣，所以我覺得很辛苦，我覺得向來台灣電視就是搶短線，紅了包青天就用跟的，不止戲劇，綜藝也是，談話性節目也是，不知何時大家一起死。

以前只有三台 我國的戲也是外銷的，人家搶著看。八到十年前韓劇不能看，化妝什麼的都很俗，但韓國的政府真的支持，旅遊景點觀光單位都在做，但台灣的就是講一講，power不夠，可能提了些案子不錯 但雷聲大雨點小。相較之下，台灣的電視台必須自己打點一切。

我：所以錢很重要，沒有錢格局難以擴大。

陳：是，但是我覺得未來我沒有那麼失望，台灣人聰明，都活不下去沒戲拍自然會做生態的調整，所以台灣還是可以啦，還是有機會。

我：如此的話，是否會較缺乏長遠的規劃？

陳：因為計畫趕不上變化，像我們八大很有機會，因為股東結構完整穩固，可是別的公司不一定，三立電視台是家族企業所以比較不會有政策上的朝令夕改，除此之外，包括像無線電視台，總經理常更換，可能到最後終於搞清楚，卻要下台了。

我：我國劇本為人詬病，流於抄襲改編。

陳：像龍捲風系列的戲，永遠固定那麼多人看，如果沒有數字，也不會繼續做那樣的戲，所以當我們用心做一檔好戲但沒獲得那樣的迴響的話，先別說我們自己做的，像緯來之前幾檔的大陸劇，編導演都很棒 但收視率就那樣，只有一小撮人在看，像我們也買過不錯大陸時裝劇，劇本演員都好，但都放在片庫不敢播，因為覺得這樣的戲台灣觀眾不會耐下心來看，因為現在的戲劇劇情都辣到一個程度，你怎麼會

回頭看這種很輕淡的戲，一邊是吃麻辣鍋、一邊是清粥小菜。

我：除資金和劇本還有哪些問題？

陳：常常一個戲有好題材，編劇也編的很辛苦，但台灣的編劇好像是一個會餓死的行業，所謂的學院派無法培養出好編劇，劇本這種東西不是我教你怎麼寫就怎麼寫，編劇不像作文，每個人程度不同，而且台灣的編劇出現斷層，老一輩的編劇已經在他那套模式裡了，你叫他跳出來寫現在的東西或偶像劇的東西他寫不出來，而年輕的這輩，生活體驗很狹窄，像「巴黎戀人」你看到的是兩個編劇，但你沒看見他背後的培育過程，此外，他們有 8000 多個編劇，從中挑選出來的，想必是最優秀的。台灣的編劇不多，光靠編劇這個行業可能會餓死，無法安心保障他寫劇本，沒有足夠的收入如何讓創意工作者充電找尋靈感。

## 二、資金

1 請問貴公司在自製戲劇節目時，主要資金來源為何？

陳：來自公司的年度預算，看今年要做幾檔戲，但沒有創投的投資，因為風險太大，海外的合作執行起來有困難度，例如中國的話就必須要加入中國演員，或可能導致劇本走樣，戲會變的怪怪的，他一開口你就知道他不是台灣演員，

2 製作經費有限是我國戲劇節目普遍面臨到的問題，為了拓展資金來源以提升自製節目產量與品質？您認為可行的方法是什麼？

我：自製戲劇每集製作經費約多少，如何擴展資金？

陳：上下限差很多，平均來講 90 萬上下/60 分鐘，90 萬只是平均值，敲到有海外賣相的卡司，就會調整製作費，又或是題材是已經很紅的漫畫，人家聽到名字、卡司就要，已經說要出多少錢，所以可以做 presale，那麼反過來看，我們就可以看要出多少錢在這部戲。

## 三、劇本來源、產銷一體

1 請問貴公司自製戲劇節目之劇本來源多為何？

陳：目前有網路小說改編、漫畫改編、原創。現在要做的新系列是以年輕人偶像為主，但我們想拍不一樣的題材，例如驚悚片，編劇就是製作人。

2 您如何落實對電視劇文本創意的生產與累積？

陳：我一直覺得，像「巴黎戀人」的編劇，他一定是電影迷，不是坐在家裡憑空想像，是經驗累積，像麻雀變鳳凰的故事不停在上演，那有所謂的模式，只是看你角色怎麼安排，編劇在人物關係、家庭關係再去加點血肉，讓人物跳出來。所

以你說好的編劇，我覺得現在的年輕編劇是有寫手的，但你要把題材丟給他，跟他說的很清楚，人物個性都跟他溝通，把每一集大概內容都告訴他，還可以寫的不錯，但叫他從零開始我現在還沒榮幸認識。

3 請問貴公司在戲劇節目開拍前，是否先針對目標觀眾進行分析，並根據此一分析進行文本創作、角色選定、對白編寫等？

陳：有，我們一直想這樣做，但是規模不大，例如卡司會做簡單的調查，是對內部員工的，因為對外調查有困擾，因為商業機密的問題，但就內部而言也會有盲點，所以有點困難，這方面的敏銳度的話，還是有的，詢問一下就知道，也會直接跟演員經紀人講演員的問題。

#### 四、產銷格局、國際交流

1 貴公司在自製戲劇節目時，目標市場為何？

陳：不限於台灣，包含東南亞、中國大陸是很大的市場。

我：台灣做的戲，在大陸接受度頗高？

陳：文化人種接近，但大陸題材很受限，例如高中生不能談戀愛，不能整老師，像「鬥魚」的題材在大陸不能過，「鬥魚」在大陸紅是盜版的，所以可以在大陸頻道合法播的都是淡而無味的，像「流星花園」也沒過，都是盜版的。

我：這樣不就造成只紅了明星，自製電視台無法得利，

陳：這是個盲點。

我：戲劇可以銷售到哪些國家？

陳：馬來西亞、新加坡、日本、香港、泰國、印尼、菲律賓、中國、東南亞許多國家都賣的出去，偶像劇集數短比較好賣，超過 30 集就算多。

2 貴公司之自製戲劇節目銷售到海外市場的成績如何（數量、單價）？透過什麼管道銷售？您認為該如何加強戲劇節目的出口？

陳：應該不是講一年可以賣幾部，而是每一部都能賣，只是賣出的地區、價格多寡。

我：就媒體報導，鄉土劇一集在海外市場單價約 3000-4000 美金，那麼八大的呢？

陳：偶像劇的話，約為鄉土劇的 5-6 倍。近來價格沒這麼好，但賣 1 萬多美金可

以。我覺得韓劇價碼不會高到一個...，我覺得韓劇並不是要賺播映權這個小錢，韓劇風靡以來，他們的觀光事業，他們要的是這個，文化的侵襲比這個還重要，再加上有政府的支持，而且按地區，銷售價碼也不同。台灣也是，賣給中國大陸就特別高，賣小的國家，幾千美金也賣。

主要透過八大影片組銷售

我：如何加強出口？

陳：其實基本上還是要在台灣就要有好的收視率好的口碑，這是要件，像「鬥魚」剛開始，誰都還不是誰的時候，剛開始播出前，賣的很辛苦，一播出收視好後，片商就搶著要，價錢自動提升，所以在台灣的收視率跟口碑很重要，基本上戲作的好看，有收視是基本的。

我：那麼會在開拍前納入海外市場的喜好嗎？

陳：在卡司上會，假設找到一個國際巨星，大家聽到他的名字就要買，這是一個方式，但不會硬找一個人，跟其他演員格格不入，這個人放進來若是加分就可以用。

3 貴公司曾與其他國家進行跨國合作？是透過哪種形式交流？帶來哪些助益？

陳：八大跟韓國 KBS 和金鍾學製作公司有合作，但僅是投入資金，沒有參與製作過程，因為硬要加入台灣演員或是硬要加入台灣拍攝景地，會干預劇本走向，顯的太刻意，當一個戲交到導演手上，導演有最大決定權，我們也只是出資單位。但有派內部員工前往觀摩學習。此外，八大戲劇的導演、編劇等也會從韓劇身上學習其製播手法，激發創意。

## 五、人才

1 在戲劇節目製作過程中，您認為是否有足夠的專業人才？

陳：不能說不好，但他們可能不夠全面，以導演部分來講，在鏡頭方面處理好的話，他可能是從攝影師起來的，但從戲劇表演這塊會比較弱，而有些偶像劇演員是需要教戲的，而有些導演是演員起來的，可能教戲比較強，但鏡頭處理較弱，所以都需要搭配，來彌補擺鏡頭的不足，或需要戲劇指導來教戲。不可能要求導演什麼都懂，但起碼要求燈光、攝影部分等補強他。

我：那麼目前的演員專業度呢？

陳：偶像劇主力都是小學生在看，他們對演技沒這麼挑剔，男的很帥就看的很高興，所以就變成只要題材、劇本濃度夠、差不多可以放進去就可以了，用劇情來

吸引，讓他漸漸愛上劇中人物，偶像就要從劇中跳出來才成功。  
會用資深演員來帶偶像劇演員，所以偶像劇演員貴在資深演員的幫襯上，

我：偶像劇成為偶像明星跳板，只要紅了就財源滾滾，沒有進修磨練演技的計畫？

陳：FANS 也是喜新厭舊的，偶像都有所謂的偶像壽命，所以也需要看經紀公司經紀人有沒有良心，快速榨乾明星產品生命，但每人有不同想法、境遇。

## 六、研發

1 貴公司是否有針對戲劇節目內容進行相關分析研究，如建立戲劇節目資料庫、研究觀眾心理等？是否對海外市場進行相關調查研究？

陳：有，就日劇來看，他們有許多看起來是實景，卻是搭棚，其呈現出來的真實度，這也來自於經費，牽涉到錢，都是錢的問題，所以我們看了也望而興嘆，再看其演員的費用，編劇的費用，那是我們出不起的，不可能，做不到，韓劇經費也是我們好幾倍。我們也會去分析韓劇在韓國當地的收視率、TARGET，理解他的劇種吸引什麼人，

## 七、未來規劃

1 請問貴公司未來有提高戲劇節目自製率或是加強戲劇節目出口的規劃嗎？

陳：有加強這方面的規劃，除偶像劇系列針對校園外，還有驚悚系列、都會女性系列，但會看收視率表現或收視群去作調整。

我：會針對海外市場喜好作調整嗎？

陳：會，由影片組負責，了解什麼演員在那邊受歡迎，特別希望誰去，會將其考量進去，但不是主要考量，只是加分。

我：如何促進外銷？

陳：只把外銷當作最重要的考量其實是不對的，因為你可能集合了海外都要的演員，可是演出來的戲可能不三不四的，所以還是要回到我們自己，像以前包青天也沒有海外考量，作紅了就大家都要，所以在台灣做 hit 是最重要的，還是要以台灣目標的觀眾口味作評估，作他們愛看的戲，因為我們還是商業電視阿，不可能做人家看不懂的戲，商業考量還是第一前提，商業第一還是在台灣嘛，如果台灣的廣告都沒有了，海外賣的好對我們沒有意義。就像「鬥魚」在大陸非常紅，大家都知道「鬥魚」就等於八大，後續的效益就是「鬥魚二」、相關周邊商品，這樣的效益很好。

2 您認為我國戲劇節目未來的出路？

陳：前面這塊(台灣)顧好，後面自然就好了，



補充：

相關周邊產品生命週期規劃會同步進行，好的戲可以再賣一輪，好到同一個程度的話，同一部戲在同一個國家可以賣兩輪。

關於置入性行銷在偶像劇的運用，現在錢愈來愈難找。



## 附錄二之二 電視台從業人員深度訪談完整資料

三立電視台節目企劃張嘉麟 2005.06.03

附註：以下以張作為張嘉麟先生之代稱，研究者本人則以我為代稱

### 一、戲劇節目產製現況

1 貴公司目前電視戲劇節目自製情形如何？

張：三立電視的電視劇都是台內自製的戲劇。

我：年產量約多少？

張：由於節目時段都有分，比方說八點檔的戲劇及其他單元劇時段等等，依據前一齣戲的下檔時間提前規劃並拍製，一銜接上一檔戲。

2 請問貴公司在自製戲劇節目過程中面臨到最大的問題與困境為何？

張：這方面的問題包含的很廣泛，較不能控制的是觀眾的喜好(拍攝題材)等問題。

### 二、資金

1 請問貴公司在自製戲劇節目時，主要資金來源為何？

張：電視台當然是廣告收益。

2 製作經費有限是我國戲劇節目普遍面臨到的問題，為了拓展資金來源以提升自製節目產量與品質，您認為可行的方法是什麼？

張：以電視台而言經費來自於廣告收益，如何控制製作費的支出，最多是尋求協力單位提供所需的商品，以節省製作費支出。

### 三、劇本來源、產銷一體

1 請問貴公司自製戲劇節目之劇本來源多為何？

張：導演提供想法，由編劇去執筆劇本，想法大多是傳說故事、生活經歷、時事等等。

2 您如何落實對電視劇文本創意的生產與累積？

張：多聽、多看、多想，是不變的唯一法門。

3 請問貴公司在戲劇節目開拍前，是否先針對目標觀眾進行分析，並根據此一分析

進行文本創作、角色選定、對白編寫等？

張：觀眾的胃口不易掌控，但是會依據戲劇內容與張力尋求適合的演員。

#### **四、產銷格局、國際交流**

1 貴公司在自製戲劇節目時，目標市場為何？

張：機密。

2 貴公司之自製戲劇節目銷售到海外市場的成績如何？

張：機密。

3 您認為該如何加強戲劇節目的出口？

張：買賣的關鍵在於供需的問題。

4 貴公司曾與其他國家進行戲劇節目合作？

張：沒有。

#### **五、人才**

1 在戲劇節目製作過程中，您認為是否有足夠的專業人才？

張：欠缺。(流動率太大)。

#### **六、研發**

1 貴公司是否有針對戲劇節目內容進行相關分析研究？

張：有。

2 是否對海外市場進行相關調查研究？

張：訪查的因該是市場的需求，然後看看持有的戲劇中是否有符合需求的戲劇提供。

#### **七、未來規劃**

1 請問貴公司未來有提高戲劇節目自製率或是加強戲劇節目出口的規劃嗎？

張：持續進行中。

2 您認為我國戲劇節目未來的出路？

張：一點很難回答，因為市場的需求(觀眾的胃口)一直在變。



## 附錄二之三

## 電視台從業人員深度訪談完整資料

東森戲劇台總監藍大鵬 2005.08.09

附註：以下以藍作為藍大鵬先生之代稱，研究者本人則以我為代稱

### 一、戲劇節目產製現況

1 貴公司目前電視戲劇節目自製情形如何？年產量約多少？

藍：以現在戲劇台來講，就是九點這條線，九點這條線就是採用自製的模式，一年約 250 小時，九點線維持在情境喜劇這方面進棚的部分，是目前戲劇台最清楚的部分其他部分屬於購片部分，大陸劇、韓劇、港劇等，將來六日可能會做單機塊狀的模式，一年約有 4 部左右，一部大約 30 集六十分鐘，或 20 集九十分鐘，因為太長的戲，在東南亞沒辦法銷，普通約 20、30 集，在設計方面可這樣做。

2 請問貴公司在自製戲劇節目過程中面臨到最大的問題與困境為何？

藍：定位啦，你的觀眾在哪裡，因為戲劇台的觀眾群算比較中上階層的，但他的輪廓族群你不好找，但三立就很清楚，他已經養了這個時段，像這個時段就是歐巴桑的，假日時段就是格鬥、5566 的，他選擇性較大而且他有固定的族群，且但我們的族群就很不清楚，因為還在摸索，例如我們隔天都會看收視輪廓去看要加強哪一段。

### 二、資金

1 請問貴公司在自製戲劇節目時，主要資金來源為何？

藍：來自公司預算，因為是委製。東森的片子幾乎都是委製的，電視台一般都不會真正自製，其實講自製的還是委製，因為他不需要去養製作人、執行製作這些東西，基本上來講都是委製，委製就是電視台撥給傳播公司錢，給他們作，自製的戲很難控制預算，因為傳播製作公司會為了賺錢掌控較嚴，因為賠了算他們的，電視台可能為了品質讓預算控制較鬆，但拍出來的品質未必較好，所以一般電視台很少很少百分之百自製，因為電視台不需要養這些人。

2 製作經費有限是我國戲劇節目普遍面臨到的問題，為了拓展資金來源以提升自製節目產量與品質？您認為可行的方法是什麼？

藍：作合拍，跨國合作，今天如果你把金城武抓來，為什麼他在日本拍不在台灣拍，因為沒錢嘛。

### 三、劇本來源、產銷一體

1 請問貴公司自製戲劇節目之劇本來源多為何？

藍：一般有兩種方式，東森戲劇台有在想是不是要先寫好劇本在找外面的製作單位來執行，會有兩個風險，第一，台裡面有那麼多審劇本的人嗎，第二會產生費用，產生費用寫劇本萬一這個劇本後來覺得不適合拍，那麼這個錢怎麼跟公司交帳，再來，如果今天把劇本給外面製作公司作，他如果拍的不好，他說是按照你的劇本拍攝，你沒得去追究，你不能說拍到一半喊停，因為我已經給他40集的劇本，否則就必須要承擔這個劇本的風險，優點就是這樣的劇本比較好掌控，品質例如買日本漫畫版權改編，但買版權這樣也有限制，你不能改太多，也有年限的限制，授權你多少年，多少年你就不能賣，也有授權你只能播多少次。

因此，一般的做法就是我們就是請製作單位拿劇本來，我們覺得不錯，就請你繼續往下發展，然後找導演找演員，然後ok的時候就會簽約，才會繼續走劇本，因為任何編劇的規矩都是寫到大綱，要寫到分集的時候必須支付費用，演員談不會產生費用。

像我們就不太實際參與劇本，以「好美麗診所」來說就是來自製作人的想法，像劉瑋慈、柴智屏、王偉忠他們是寫劇本出身的他們就會去參與劇本。寫劇本的人很多，寫好劇本的人很少，這牽扯到鷄生蛋，蛋生雞，因為台灣的市場性，像國外的製片人他可能兩三年就作一部，因為他的預算很高，但我們可能一年要兩三部才能活，所以這樣的東西就不能選最頂端的人，因為待遇的問題，就跟編劇一樣，我們現在一般一集五萬，如果一集編劇50萬，他寫劇本的時候，就會有下游的人，好好篩選，競爭性會強，因為容易淘汰，但因為現在市場性很大，但利潤很低，現在滿街電視都在拍，有多少組在拍，劇本除了寫你的還要寫別的，他不可全心全意去寫你的東西，所以這個是一個因果的循環。

現在許多劇本都是由編劇統籌下面帶好幾個寫手在作，有的是拆線有的是拆本，拆本容易產生劇情不連貫，因此我主張要分線人物劇情才會連貫，這種上面交代要寫什麼就寫什麼的寫手以商業利益為主，容易寫完就很不負責任的交出去，只是在交代事情，除非有的負責的編劇統籌會開會確定這集怎麼走。

現在比較好的劇本都是日劇改的或是很忠於創作的，像三立和民視，算審劇本比較嚴的，但還是很市場導向，「台灣龍捲風」寫到後來也是昨天寫完，隔天一早就進棚拍攝，這是台灣的特有文化，結構是最大的問題，第二是台灣人民整個素質很差，看電視的人就是所謂中南部的菜籃族，看電視的階層就是普羅大眾。

## 2 您如何落實對電視劇文本創意的生產與累積？

藍：我覺得就是市場導向，去養一些寫劇本的人，但電視台不會，製作單位也不會去作，但有一個最大的問題就是，你去弄一個文學改編的品質較好的戲，你要想的就是有沒有那麼多人去看，因為現在最大的觀眾群就是歐巴桑、年輕族群。

其實現在寫劇本的人一方面是本身有才華，沒受過專業訓練，一方面還是需要學校的養成教育，因為他還是需要模式，還是需要從這邊慢慢培養。

3 請問貴公司在戲劇節目開拍前，是否先針對目標觀眾進行分析，並根據此一分析進行文本創作、角色選定、對白編寫等？

藍：當然會啊，我們電視台過案很簡單嘛，大綱出來以後就是看演員跟導演，因為演員跟導演取決嘛，我現在如果有了郭品超有了 5566，就一定有的甜的嘛，有了 F4

就一定有的甜的嘛。F4 比較好一點，是因為他有市場性嘛，海外就 ok 了，東南亞只要有 F4，所以說柴姊那邊賣片也是阿，他拍了很多片，但是一段時間他會拍一個大片，比如說戰神，還有說現在有個 balance。然後他就來帶其他的小片嘛。因為你要買我的大片，要一起買我的小片。這叫搭售嘛，就是說買一送一啊，或是母雞帶小雞。然後，基本上現在你一定很清楚阿，比如說 SHE 的，對不對，然後，反正現在幾個天王嘛，你算嘛，郭品超阿，那幾個現在比較受歡迎的男明星嘛，然後什麼林依晨啦，這些人阿，那你要軋到這些人，就是電視台要的嘛，這就是你剛剛所謂的市場性嘛。

海外的話一般，如果說委製的部份的話他們就顧不了那麼多了。因為委製我只是給你打工，如果你覺得 ok，過案了那就 ok，其他的我就不用管那麼多，因為海外銷售不歸我們。不歸製作單位，他歸東森的海外部門這樣。可是現在海外就是很簡單，比如說人家跟你講我要 F4，你軋的到嗎？不一定軋的到嘛，就是說你要海外市場，也就這幾個人 ok。

#### 四、產銷格局、國際交流

1 貴公司在自製戲劇節目時，目標市場為何？

藍：我們主要 focus 的就是中國跟東南亞嘛。(東南亞是指泰國還是?)新加坡嘛，新馬，泰馬，就華人多的地方嘛。菲律賓嘛，因為你賣 cable 的話，它會落地嘛。

2 貴公司之自製戲劇節目銷售到海外市場的成績如何(數量、單價)? 透過什麼管道銷售? 您認為該如何加強戲劇節目的出口?

藍：一般來講的話，以正常戲劇來說，可以到八百一千嘛，那如果是那種有 F4 就大概五千一萬的。東森就比較差，因為東森他的賣片經營模式沒有鋪的很好。基本上我們那邊開一個評估會，他的海外評估是零。那個是別的部門的事情，我們也不能告訴人家要怎麼做，我們之前也幫他們賣了一些片子，他們就不太高興，認為意思就是我們是飯桶了嘛。他只會考慮到你侵犯他的職權嘛，就好像狗屎尿一樣。你另外一隻狗去了他會咬他嘛。這就是大公司的缺點，這就跟三立的模式不一樣，三立的模式很簡單，我的領導者就是我的老板跟老闆娘，三立的模式就是老闆娘說 ok

就 ok，所以，你在海外賣不出去他馬上就會來盯你阿，那東森他是一個集團，每一個海外的主管他的背後也許有股東，也許也有背景你不能隨便動他，也不能隨便換掉他，就好像各據山頭。所以我們就盡量不要管到別人的部份。還是要看片情，像柴姊好美麗診所，海外的部份大概可以收到五千到一萬美金，因為他手上有 F4 嘛，所以他東南亞的行銷還不錯，像好美麗海外三五千快跑不掉。

我：那就是都能賣的出去嗎？

藍：當然阿，多少啦，是價錢的問題，看你要賣多少而已。

我：那大概是透過怎樣的管道？

藍：都有，固定的片商，反正海外的片商就是固定這些人嘛，他不會針對電視臺嘛，向三立有一次就跟新加坡電視台交換節目嘛，那都是透過片商，除非你真的是好到不得了電視台來搶，否則很難有這個機會。

我：片商是說當地的代理商？

藍：因為他買了以後他可以出 DVD 阿，轉賣給那邊的有線，無線，所以他還會賺錢嘛。叫作海外事業總部。

3 貴公司曾與其他國家進行跨國合作？是透過哪種形式交流？帶來哪些助益？

藍：跟中國的片商或製作公司合作，現在固定跟中國談，例如一年給他 120 小時，但要達到合拍條件，達到他們合拍最低標準，利用他們的景，用部分他們工作人員演員，平均一集 100 萬的成本來講可 share 1/3 的成本，光中國和香港部分，在中國拍的話，這牽扯到可不以上他們的八點檔，時裝片的話，一集可以到 25 萬人民幣，古裝劇可以到 35 萬人民幣，到中國市場才能真正回本，國內無線電視台最好賣到一集 50-60 萬 有線電視賣的好 20-30 萬，如果有比較偶像的，像 F4 就可以銷日本，日本的價格就不錯，賣東南亞的話不過一集就是 800 或一千美金，再說 DVD，一集不過三五萬台幣，直接賣斷給租片商。

跟中國合作是一種模式，台灣拍的片子很少能在中國拍，以台灣為主，中國為輔出些外景達到他們的合拍標準，在台灣拍直接賣很難，像最近我們買 SHE 的「真命天女」，很多台的戲都用國語普通話就是考慮到中國東南亞華語市場，台語的不好銷售。

## 五、人才

1 在戲劇節目製作過程中，您認為是否有足夠的專業人才？



藍：有。

## 六、研發

1 貴公司是否有針對戲劇節目內容進行相關分析研究，如建立戲劇節目資料庫、研究觀眾心理等？是否對海外市場進行相關調查研究？

藍：但是現在連三台都不作了，我們幹嘛要做，你看華視台視公視都是國家的嘛，那是不是應該由他們去做這些東西，來產生好的劇本來拍，找好的製作單位來拍，大家都只看眼前，各自為政嘛。你看那龍捲風第一波還是收的回來阿，有時候還好啦，因為他的名氣大。

我：可是他本土劇海外賣的了嗎？

藍：新加坡可以，因為他們講台語，但是其他都不行了，中國大陸更不可能阿，所以他們要做另一條阿，偶像劇嘛。像偶像劇他一直在做，也很少死掉的，你看那王子變青蛙。這就是剛談的委製的部份嘛，因為你要講海外市場，你卡司要變大嘛，因為海外就這些人嘛，像林心如，但是他多貴阿，所以說如果你自己做，像劉美姿啦那個誰，多曼尼，他們會自己海外銷售就會考慮到這個市場，會考慮用誰比較會賣。但是在我們來講，我們委製的部份，我們就不會考慮到這塊阿，那我們只想要在國內打平能回收或是賣有線就這樣。

## 七、未來規劃

1 請問貴公司未來有提高戲劇節目自製率或是加強戲劇節目出口的規劃嗎？

藍：還是要提高自製產量跟促進出口，是很必要。

如果說你真的很講究的話，就是大家來諮詢嘛，大家來先開個會，你告訴我們你有誰可以賣，如果說你說你有 F4，你預估可以賣五千塊，那我們評估用這五千塊去請 F4 划不划的來。這個就牽扯到製作成本嘛。但基本上來講，以我們這邊的機會不大。我跟你講，重點是他們(海外)沒有去經營這條線，比如說片商來了，去吃個飯阿，social 一下，打打電話，平常就做個朋友，那片子來了，就說我有個片這樣，拜託你買一下就會買。你平常就要做這些 PR 的工作，那如果你不去做，規規矩矩，片子要賣你也不去問，人家來找你，有沒有片子，有，這個多少，五千，三千，那你要出多少。

我：東森有在做這個嗎？

藍：我們沒有這個東西，一般機構有這種，你要去做這些，你才能銷售嘛，但東森這種大單位，反正你來找我我就做嘛，都是這種情況。

我：東森好像想買一些韓劇都買不到？

藍：對，就是沒有做到 PR 嘛，像緯來胡婉真就會去那邊阿，跟人家拼酒，因為胡婉真是個明星嘛，以前是個演員，又是個美女，到那邊跟人家拼酒，人家就覺得很阿莎力。所以你要這樣才行。

我：東森都沒有這樣？

藍：東森都沒有阿，就連什麼上海電視節那些的，連說要不要派個人去都沒有，了解一下市場嘛。對我們東森戲劇台之前上海電視節，北京電視節，連問都沒有問妳們要不要去看一下，這真的很糟糕。但是他們覺得這樣是 ok 的阿，所以做這個事情不應該是每天坐辦公室，而是在外面跑，每天在兜售的。市場才通嘛，行銷通路嘛。你越了解東森就會覺得東森很封閉。就像海外的片子，你不去做任合 social 你怎麼去買人家的大片嘛。

我：之前我訪問八大的時候，他們好像就沒有分一個海外部，他們就是一個節目部。  
藍：對阿，他們就是一個節目部，有一個海外組嘛，然後呢，比如說你就針對賣片，然後他的經理就針對這樣的，然後呢，他應該要有一個利潤制嘛，就是你一年要賺多少錢，多少開銷，沒有就請你下台嘛。東森是沒有這樣的嘛，所以大家變成在比關係，比背景，大家每天就是把老闆照顧好就好了嘛。

我：之前去八大他們好像還特地請了兩個韓國人，

藍：緯來也是阿，請了一個韓國人就是之前何莉秀的翻譯，他就特別請一個韓國人去阿，連報社都找了韓國線的記者，就是你平常就要去經營就要佈樁嘛。我們就沒有這樣，東森是個私人機構，但是他是一個集團，他就變成有點像一個公家單位這樣了。

## 2 您認為我國戲劇節目未來的出路？

藍：就是跨國，就是我剛講的比如說跟新加坡，跟我們比較相似的，或是日本，最好當然就是中國嘛。一定要跨國然後 share 版權嘛。像如果我們跟新加坡合作，一集要是賣八百或一千美金，但是如果 share 版權的話，佔百分之四十的話，一百萬就拿 40 萬啦，那四萬跟 40 萬哪個划的來。然後再來就是在國內你又是一個跨國的戲，你的 quality 又可以提高。