

拍臺北 · 歡迎光臨！

臺北市電影委員會三年紀事
2008-2010.11



Taipei Film Commission Triennium Collection



02 < 01 <

— 序 —

影視友善臺北城 ■ 郝龍斌 004
推動電影與城市的生力軍 ■ 謝小韜 005

大事紀 ▽ 三年報報 007

景點協拍 ▽ 走進臺北大片場 012

▣ 協拍成果 014

國內協拍 / 跨國合作協拍 / 年度協拍統計 / 拍攝申請項目統計

▣ 協拍景點 021

特色景點之最 / 跟著鏡頭逛臺北

▣ 當協拍不止是協拍 034

拍片趨勢關鍵詞——綠製片 / 絕不認輸的認真與堅持——學生劇組 / 專業人士魅力指數——導演、攝影師、技術人員 / 不能說的協拍秘密

活動行銷 ▽ 拍臺北 · 有「錢」途 038

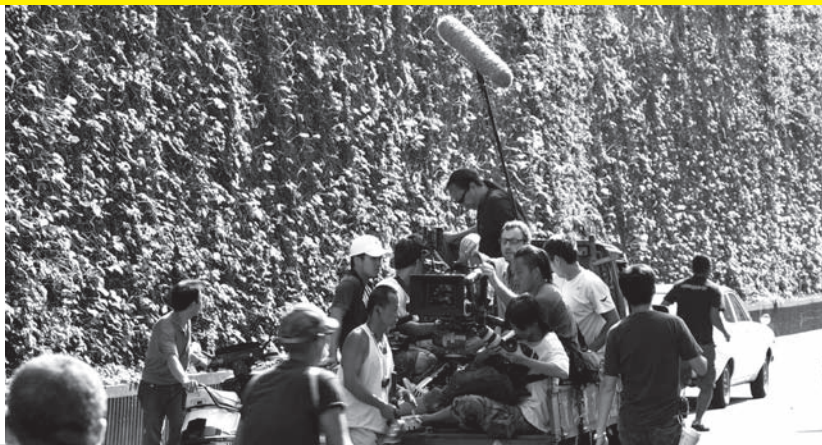
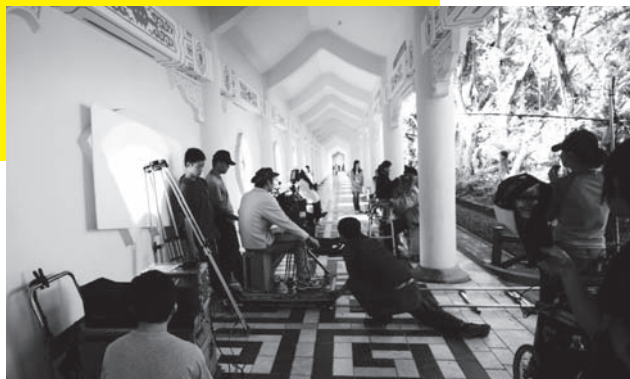
▣ 合作行銷互惠 040

合作雙贏 / 宣傳加碼 / 行銷補助申請成果表

▣ 製片優惠卡降低成本 050

▣ 人才為先 052

歷年座談、論壇、工作坊一覽表



Taipei Film Commission Triennium Collection 2008-2010.11

04 < 03 <

國際開發 > 亮相！在全世界

056

□ 歷年參與國際性活動要項

058

□ 國際組織串連

060

□ 國際影展不缺席

062

柏林影展／香港國際影視展／

坎城影展／釜山影展／東京影展

網路出版 > 臺北——國際影事零時差

080

□ 網站

082

網站流量／網站架設大事紀

□ 電子報《幕後電影雜誌》

084

電子報發行大事紀／中文電子報單元一覽表／

英文電子報單元一覽表／他們拍臺北／

記者會現場直擊／幕後電影雜誌的幕後寫手

□ 出版品

090

出版品一覽

—— 後記 ——

電影無限·城市無界

■ 王雅倫

094



Taipei: a Film-Friendly City

影視友善臺北城



郝龍斌

□臺北市市長
□臺北市電影委員會主任委員

臺北市建城百餘年來一直是臺灣首善之都，從我就任臺北市長之始，即有很深的自我期許，希望將臺北市晉升為國際級大都會，以不負全臺北市民對我的託付與期待。

默默的耕耘與務實的做法，這是在推動臺北市政三年多來所堅持的做事態度，更是我與臺北市府團隊不分晝夜所努力的終極目標。我希望將臺北市打造成一個友善親切的都市，是西方國家接觸亞洲地區的最佳窗口，更是大華人地區政經文化薈萃的中心。

臺灣人民原本就有良善、樸實的民族性，是在推動臺北市政建設最重要的基礎與信心。要向國際社會呈現臺北市的友善親切，最快速的方法就是透過影視與文化交流，讓全世界發現臺北之美麗、良善與進步，體會臺北市民積極融入地球村的熱情。

有感於影視產業的重要性，二〇〇八年，我與臺北市前副市長李永萍一起推動臺北市電影委員會成立，主要目的要讓臺北市提供單一窗口為國內外影視劇組服務。我們網羅專業人才，服務項目包括在臺北市勘景、借景、協詢相關資訊，以及推薦優秀臺灣演員或協拍製作人才等，三年來由影委會所統計的各項數據，可看出影委會的功能，成功塑造臺北市為影視友善城市，效果超出我所預期。

影委會三年來的協拍業務年年劇增，而三年來的相關統計數據足資證明，單以今年初影委會協拍並在臺灣創下新高幣兩億六千多萬高票房的電影《艋舺》為例，《艋舺》為臺北市創造了高達十二億新高幣的商機與經濟效益，其所帶動的城市行銷是成功的範例。

從籌備、草創到順利運作，影委會三年有成，未來應還有許許多多的三年，將相關的業務永續推動下去，在此，我預祝臺北市電影委員會成功、順利！

New Force to Taiwan Cinema and Taipei City

推動電影與 城市的生力軍



謝。碧

□臺北市府文化局局長
□臺北市文化基金會執行長
□臺北市電影委員會執行秘書

臺北市電影委員會自二〇〇八年創設以來，已達三年，在此慶祝三歲生日之際，回顧與前瞻，都讓人深刻體會到臺北市電影委員會三年來不論在推動臺灣影視產業上，或臺北市城市行銷上，甚至於臺北市與世界各先進國家重要城市的文化交流與觀光的互動與接軌上，成果均極為豐碩。這點讓擔任臺北市文化局長與臺北市電影委員會執行秘書的我，深感欣慰！

三年對一個機構或公司行號的創設來說，不算是一段長時間，成立三年的臺北市電影委員會也還只算是初成長的階段，然而詳細的統計數據卻可說明影委會三年來努力推動各項業務的好成績。

根據統計，二〇〇八年一整年影委會協拍國內外電影、電視劇、廣告、MV、短片等影視作品是五十四件；二〇〇九年是一百三十件；二〇一〇年到十一月底是二百四十一件，幾乎年年呈現倍數的成長，總計到今年十一月底，三年來影委會所協拍的國內外影視作品共計四百二十五件，其中跨國的影視作品是五十一件，以影委會目前有限的人力與規模，如此協拍國內外影視劇組在臺北拍攝與製作的成績，實屬難得。然而，影委會的業務不僅是協拍而已，另一項主要業務是要與全世界各重要影展「交朋友」，透過一次次在國際影展及電影市場展上設立臺灣電影館的活動，把優秀的臺灣電影與影人驕傲的推上世界影壇，讓臺灣獨具特色的文創實力在世界發聲。

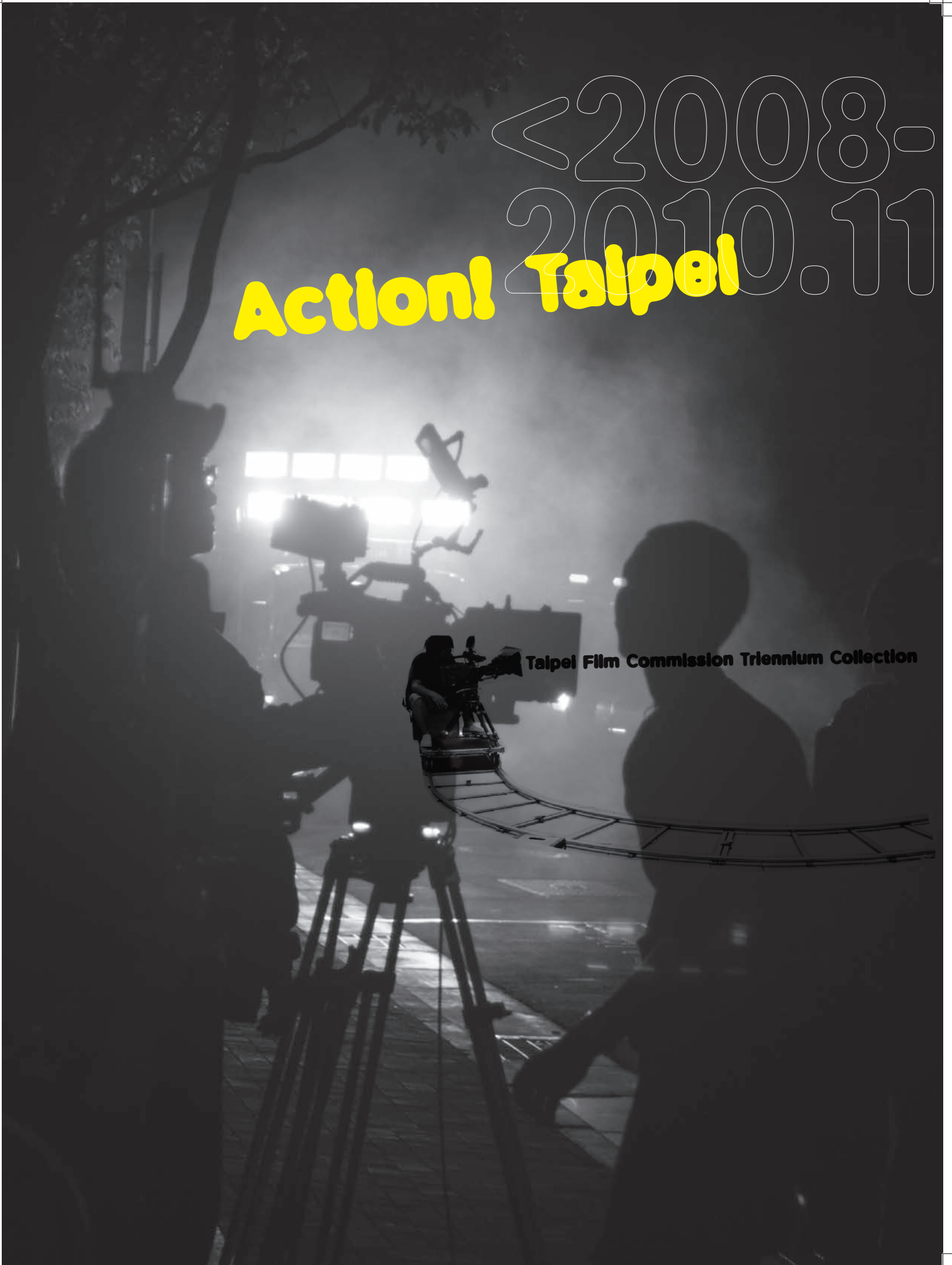
今年九月，臺北市來了幾位遠自法國的貴客，他們代表法國大巴黎電影委員會，與臺北市電影委員會簽下一項臺法間影視結盟合約，此項空前的臺法影視結盟締約，讓今後臺法影人可以充份交流，臺法影視作品可透過各自的平台相互推薦與互補互利，這是臺灣影視產業的一大突破。未來，我們還要推動與美國紐約、洛杉磯、舊金山等各大重要城市的電影委員會簽約結盟，讓臺灣的影視觸角做更深與更廣的延伸。

《拍臺北·歡迎光臨！——臺北市電影委員會三年紀事2008-2010.11》一書，不但回顧過去三年影委會努力的足跡，也勾勒未來影委會持續奮鬥的藍圖，這些將有助於國人一起見證，臺灣影視產業與臺北市電影委員會未來的願景。

<2008-
2010.11

Action! Taipei

Taipei Film Commission Triennium Collection





Chronicle 2008- 2010.11

大事紀／

三年報報



Net) 年會，由影委會饒總監代表接受新任會員國認證並發表演說，也參加亞太電影政策論壇，同時又參與「釜山國際電影委員會與電影工業展」(BIFCOM)，宣傳臺北市的協拍服務與景點，是臺灣首度設攤。



／10 考察東京影展市場展

／10 《一頁台北》監製溫德斯來臺勘景

電影《一頁台北》是影委會首部大規模國際協拍合作案，從勘景、製片、資金補助、申請拍攝場地、宣傳行銷等全程參與，擔任監製的國際名導溫德斯更親自前來臺北勘景。

／11 《拍台北：影視勘景指南》發行

分門別類介紹臺北市超過一百個特色景點，圖文並茂、中英對照，還附有檢索地圖及實用的工商名錄與各式電影相關法規，是國內

外影視團隊方便的勘景工具，繼十一月發行紙本版後，十二月推出DVD光碟版。



／11 配合臺北影視節辦理臺灣電影館攤位

／12 「順著景點一路拍」電影劇本徵選比賽得獎揭曉

侯季然以《南方小羊牧場》榮獲二十萬元金獎肯定，吳美枝的《臺北甦醒》奪下十萬元銀獎。

／12 影委會中文電子報《幕後電影雜誌》試刊號發行

試刊號報導紐約、巴黎、倫敦、中國、首爾、新加坡的製片動態，以及五則最新的國內製片與協拍訊息。



／01 臺北市電影委員會正式成立！

在市長郝龍斌與當時的文化局局長李永萍的推動下，臺北市電影委員會成立了。影委會集結專業人才，將協助國內外電影工作者在臺北勘景、申請場地、製片、行銷，積極建構快捷的行政措施，串連產業、人才與市民的力量，整合公私機構資源，是電影人在臺北市最方便友善的服務窗口。



／03 網站架設開始

／06 中英文官網上线

想瀏覽臺北市特色景點？要申請協拍勘景服務？想知道有哪些拍攝規定和補助措施？想獲得最新的製片動態？需要找人才、找廠商？動動滑鼠，臺北市電影委員會官網一應俱全。若需要進一步的服務或諮詢，歡迎根據公佈在官網上的承辦人員聯絡方式洽詢。

／07 影委會識別系統完成



／07 影委會與臺北市旅館公會簽署合作備忘錄

拍電影，影委會幫你省錢！只要是影委會協拍的國內外劇組，透過影委會找臺北市住宿旅館可享優惠價格。

／08 臺北市電影委員會協助影視攝製辦法完成

／09 參訪紐約市

影委會總監考察紐約市市長辦公室廣電部門之協拍機制，並觀摩紐約獨立製片週、翠貝卡影展。

／09 第一屆「順著景點一路拍」電影劇本徵選比賽開跑

現在，影委會想徵求能在臺北市知名景點不停移動，未來可以搬上大銀幕，呈現出臺北市不同樣貌的優秀劇本。只要寫的是九十分鐘的劇情片劇本，內容以臺北市人文地景為背景，即有機會贏得新臺幣二十萬元金獎獎金，影委會更會為得獎劇本物色優秀製作公司，將故事實際搬上大銀幕！

／10 臺北市電影委員會於釜山正式亮相國際

臺北市電影委員會積極與國際影壇接軌。在韓國釜山影展期間，出席「亞洲電影委員會聯盟」(Asia Film Commission Network, AFC





影還未開拍就受到國際片商的矚目。

有的宣傳手法，讓電

07 「協助影片行銷宣傳」業務正式啟動

影委會與片商合作，整合公、民營的行銷管道，包括記者會、座談會、首映會、戶外電視牆、捷運廣告等等，協助在臺北市拍攝取景的影片加碼宣傳，增加曝光。



07 配合臺北電影節舉辦城市論壇

以兩個議題「國際城市推廣電影的優惠策略」、「華語合作製片之電影行銷策略」，探討亞洲地區合製電影的最新發展與政策，以及華語電影的銷售平台與策略。

09 官網日文版上線

09 舉辦電影表演研習營

明星是影視產業的光環，會表演的明星更是影視產業的命脈。影委會舉辦的電影表演研習營，開設了專業進修班給新一代的電影演員，林依晨、曾寶儀、沈建宏、王柏傑、賴雅妍、陳楚河、潘慧如、許安安等線上藝人都來參加，同時開設基礎入門班給對演藝事業有興趣的年輕人。

10 參加韓國釜山影展之亞洲電影市場展；於BIFCOM設攤；出席亞洲電影委員會聯盟年會及亞太電影政策論壇

每年釜山影展期間，影委會除了承辦市場展的臺灣電影館，也以自己的名義於BIFCOM設攤，更固定出席亞洲電影委員會聯盟的年會及亞太電影政策論壇，掌握亞洲區域最新製片脈動，同時開發國際合製影片或交流互惠的可能。



12 《拍台北：影視勘景指南》（紙本版與光碟版）修訂再版



02 《臉》臺北開拍記者會

蔡明亮執導的《臉》，是首部獲羅浮宮典藏的電影作品，結合臺灣、法國、荷蘭、比利時與歐盟資金。法國巨星芬妮亞當隨劇組首次來到臺北拍攝，市長郝龍斌特別前往開拍記者會致意，而臺北也將經由《臉》進入羅浮宮，展現在全世界觀眾眼前。

《臉》的臺北主場景設在華山創意園區。劇組及協拍的臺北市電影委員會協調文建會於華山搭景設管線，臺北市市府團隊更史無前例的動用包括自來水事業處、水利工程處、文化局等市府單位五十餘人協助，並調撥抽水機、運水車等數十輛工程車，提供多達五百噸水力協拍淹水場景，這些水都會回收再利用。此次臺法合作拍攝的成功經驗，為未來雙方進一步交流奠定良好基礎。



03 參加香港國際影視展之電影市場展

臺北市電影委員會開始接受新聞局委託，承辦參與國際電影市場展的臺灣電影館及相關活動，連帶使影委會國際開發業務的腳步更形快速積極。



04-05 舉辦臺北市警消協助電影拍攝工作坊

有越來越多國內及國外劇組選擇在臺北市拍攝，申請警消人員支援的需求也增加了。為了幫助臺北市警消人員未來支援協拍工作更加順暢，特別舉辦工作坊，引領他們認識專業影視製作的拍攝作業與需求，瞭解自己在協拍時扮演的角色，甚至需要入鏡時如何恰如其分表現。課後有九成的人員對課程安排感到滿意，也更願意支援拍片勤務。



05 參加法國坎城影展之電影市場展

影委會承辦新聞局委託參展的臺灣電影館，要在全球影壇重鎮坎城，把臺灣電影和片商推向國際市場。臺北市協拍的《艋舺》更突破傳統行銷模式，導演、製片、演員就在坎城宣布開拍，是國片前所未





<2010

03 製片優惠卡推出

影委會幫劇組精打細算，推出「製片優惠卡」，囊括衣食住行基本生活層面的店家。只要在台北市拍片，不論本地或外國影視團隊，都可以向影委會申請「製片優惠卡」，持卡到特約商家消費，享有優良品質和實在優惠，降低製作成本，還能挹注本地產業發展。



04 舉辦影視人才編劇工作坊

05 參加法國坎城影展之電影市場展

今年的坎城有喜事，大巴黎電影委員會將與台北市電影委員會結盟，特地選在坎城

影展期間，在此地舉辦雙城合作雞尾酒會，向國際媒體慎重宣佈合作消息，前副市長李永萍特別飛往坎城出席酒會。

06 官網法文版靜態網頁上線

07 第二屆「順著景點一路拍」電影劇本徵選比賽開跑

向影委會申請協拍的案列逐年遞增，單單二〇一〇年到八月底為止就累積了二〇四件，比前兩年協拍案列合計總數的一八四件還要多。



08 英文電子報《Behind the Scene》發行

以臺北的拍片動態與優惠補助辦法為主要內容，藉以吸引國外劇組來臺創作拍攝，增加跨國合拍機會。



08 台北電影人2007~《Taipei Filmmakers 2007~》出版

收錄自二〇〇七年以來，國內活躍的四十三位電影導演與二十位製片的簡介，採中、英、法三語合併印行，是臺灣難得一見的最新電影人三語情報。



02 電影《艋舺》西門町封街舉辦全國首映會

在臺北市政府和影委會的傾力協助下，《艋舺》從去年五月坎城宣佈開拍便聲勢驚人，創下多項記錄，例如，兩度封街拍攝街頭大戲、從開拍第一天就進入行銷操作的模式、拍攝期間全劇組使用環保筷、登上春節賀歲大片檔期、臺灣國片播放廳數最多、上映首日全臺票房超越《阿凡達》……。影片上映後帶動了萬華商圈商機，炒熱拍攝景點剝皮寮，之後更將在日本進行全面性商業映演。



02 參加德國柏林影展之歐洲電影市場展

這屆柏林影展有三部臺灣電影入選——《一頁台北》、《艋舺》和《有一天》，三者都呈現了不同的臺北城市景象。影委會重點協拍案列《一頁台北》，獲得「最佳亞洲電影獎」的好成績，四月於國內上映後票房口碑更雙雙奏捷。



02-03 舉辦影視雙語製片人才培訓班

臺灣電影亟需專業製片，具備雙語能力者更是發展跨國合作電影不可或缺的人才，影委會特別針對業界需求舉辦這項短期培訓課程，要參加得先通過筆試、面試的嚴格考驗才行。課程共有十五堂講習、四堂參訪，廣納影視製作的各個專業層面，邀請頂尖講師親授經驗。



03 參加香港國際影視展之電影市場展

有了去年承辦參展的經驗，今年影委會爭取到將攤位移至近門口處的位置，並加大內部空間，增加洽談桌椅，讓臺灣電影館更顯醒目、更舒適。



03 中文電子報《幕後電影雜誌》改版為現今七大單元格式

03 剝皮寮首度有外國劇組申請拍攝

萬華剝皮寮從臺灣爆紅到國外，透過影委會協助勘景，吸引泰國電視劇《永恆的火焰》前來取景拍攝，也是第一個在此開拍的外國影視團隊。





／09 與大巴黎電影委員會正式簽約

影委會國際開發業務大突破！臺北市電影委員會與在歐洲影壇舉足輕重的大巴黎電影委員會

正式簽訂雙邊合作協定，成為對方第一個非歐洲城市的合作夥伴。九月一日在臺北市舉辦的簽約典禮，法國代表和國內電影界人士隆重出席。未來雙方將推廣共同製片拍攝的計畫，並以定期、計畫性的合作方式，提供兩地電影工作者深度交流的機會。

／10 參加韓國釜山影展之亞洲電影市場展；參加BIFCOM設攤，出席亞洲電影委員會聯盟年會及亞太電影政策論壇

／10 與東京影展合辦「台灣特集：台灣電影復興2010—美麗新世代」

臺灣電影東京揚眉吐氣！這一屆東京影展正式單元「亞洲之風」，特別與行政院新聞局、臺北駐日經濟文化代表處與臺北市電影委員會，共同合辦「台灣特集」，在影展期間放映六部最新的臺灣電影：鈕承澤《艋舺》、蕭雅全《第36個故事》、姜秀瓊跟關本良的《乘着光影旅行》、卓立《獵豔》、鍾孟宏《第四張畫》，以及陳玉勳、侯季然、沈可尚共同執導的三段式電影《茱麗葉》，所有門票老早

銷售一空，觀眾迴響熱烈。可惜因中國代表團的蠻橫干預，致使出席影展的臺灣影人無法走上綠地棧星光大道為電影造勢。



／10 承辦「影視跨界行銷的整合與策略」研討會

該研討會為文建會主辦的文化創意產業跨界系列活動之一，邀請了影視產業各方翹楚，分享如何透過影視跨界之行銷整合達到雙贏。



／11 第二屆「順著景點一路拍」電影劇本徵選比賽得獎揭曉

李志薈與蔡銀娟共同創作的《你現在在哪？》榮獲二十萬元金劇本獎肯定；陳潔曜的《台北撞巴黎》奪下十萬元銀劇本獎；銅劇本獎分別由鴻鴻（閻鴻亞）的《滿城春色》、李定偉的《微醉、微罪》、安邦的《長廊小事》獲得，獎金各三萬元。



#01

⇒ ⇒ ⇒ 「協助國

片及跨國合製影片」是臺北市電影委員會的四大工作目標之一。成立迄今，協拍一直是影委會最重要的業務，終結過去劇組租借拍片景點的多頭馬車現象。做為臺北市影片拍攝申請的單一服務窗口，影委會協拍的工作重點可分兩大項：一、協助國內外製作團隊，在臺北市各項製作與拍攝的申請；二、開發與接洽國際合製影片在臺北市攝製。

為了積極推廣國內外劇組前來拍片，影委會在官網設有線上景點資料庫，定期補充更新，也出版景點手冊及DVD《拍台北：影視勘景指南》，讓劇組與製作團隊對臺北市有基本認識和參考依據，此外還提供製作及行銷宣傳補助來增強吸引力。

影委會三年來的協拍成績，不但具體反映業界需求，也大幅提昇了影視行銷臺北市的成效。

單就數字來看，二〇〇八年初成立時協拍案件為五十四件，二〇〇九年為一百三十件，二〇一〇年至十一月已達二百四十一件，預計至二〇一〇年底將達到二百五十件，每年以兩倍的速度成長。

就協拍內容及質量來看，影委會曾多次協助國外作品來台拍攝，也有多部國內大型影視作品的協拍經驗。而且除了場地申請，劇組在臺北市拍攝的各項疑難雜症，影委會都熱心協助處理，甚至還曾協助外國劇組至外縣市拍攝。

三年來的協拍累積，讓臺北市電影委員會不只在國內名聲響亮，也是國外製片團隊來臺拍攝的第一選擇。

★Location & Production Services





Discoveries in Cityscape

景點協拍／

走進臺北

▶ 大片場



Production Assistance

協拍成果



01

二〇〇八年一月，臺北市電影委員會成立，從此在臺北市拍片有了單一窗口。想找景點？製片團隊可以向影委會索取景點指南手冊或DVD參考，也可利用官網定期更新的景點資料庫搜尋，還有影委會人員可以協助勘景。要申請臺北市公部門場地拍攝？影委會可以助一臂之力，協助向場管單位交涉，支援拍攝。便捷有力的管道，拉近了政府和影視產業的距離，兼顧市民便利無礙的生活，而且促成影視作品交出亮眼好成績。

國內協拍

影委會成立三年來，不斷修正協拍服務的申請方式及機制，為的就是讓各個劇組在進行拍攝工作時，能得到最方便、最快速的協助，從初期的場管單位聯繫、拍攝工作申請、場地需求諮詢，到目前有完整的攝製規則，並可視申請項目與內容協助劇組拍攝工作，在在顯示影委會的協拍機制已日趨完善。

二〇〇九年重點協拍作品《艋舺》，從拍攝補助金、協拍申請到合作行銷，影委會全程參與，



▲電影《艋舺》在萬華封街拍攝。

▼午夜時分，臺北市政府出動消防車支援拍攝劉若英演唱會「脫掉高跟鞋」片頭。

▼臺北捷運站／電視《他們在畢業的前一天爆炸》

▼林森北路／電影《翻滾吧！阿信》



▲松山運動中心／電視《幸福最晴天》



▲中山堂／電影《走出五月》



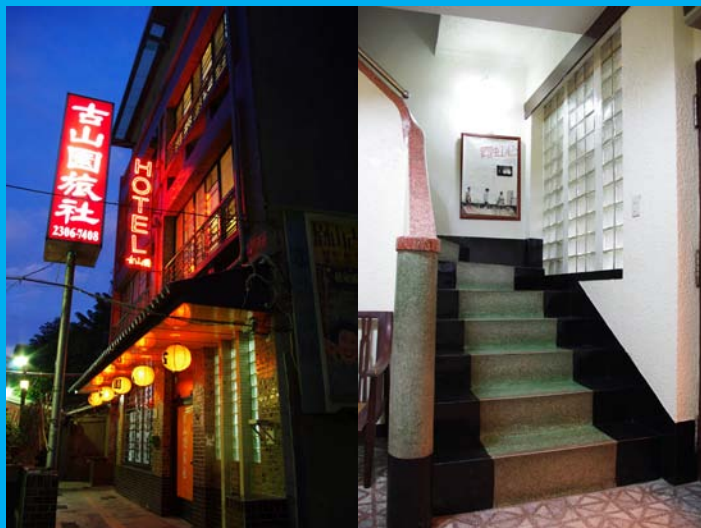
▲中正紀念堂／短片《麻糬》

電影未上映便廣受矚目，並搶進二〇一〇年春節電影檔期，是近十年來唯一一部春節檔國片。《艋舺》也與臺北市政府文化局合作，還原剝皮寮歷史街區一九八〇年代的風貌，不只帶動萬華地區新一波的觀光商機，也使剝皮寮成為國內外劇組取景的重要場景。《艋舺》的成功，為臺灣電影寫下新的一頁，也是影委會協助影視產業成果的傑出例證。



▲臺北賓館／電影《賽德克·巴萊》

▶ 藏身於華西街巷弄的古山園旅社，是電影《霓虹心》的重要場景，隨著電影上映曾吸引不少影迷指定入住，在影片勇奪紐約「亞美國際影展」最佳劇情片新銳導演獎之後，更一路紅到國外。



□ 跨國合作協拍

影委會三年來協助了逾五十部跨國影片在臺北市及臺灣各地製作及拍攝，作品類型與內容包羅萬象，合作的國家也多達二十多個。跨國合作作品之所以重要，一方面能讓國際間藉由在臺北拍攝的影視作品認識臺北及臺灣，另一個重要意義在於影視技術的交流與合作，刺激國內影視從業

人員的思考與眼界。

影委會在二〇〇八年初成立時，很快就扛起跨國協拍業務的重大挑戰。有中德合製電影《暖味》，由德國名導莫妮卡楚特執導；韓國電視劇《一枝梅》選擇來臺取景；中日合作的《台北飄雪》拍出臺北的唯美與浪漫；坎城影后潘妮拉奧古斯特加持的臺

灣瑞典合製電影《霓虹心》，則呈現臺北的深沉與獨特。

二〇〇九年影委會協拍的跨國合製共有十四部，包括國際大導演明亮的臺法合製電影《臉》、德國著名導演文·溫德斯擔任監製的臺德合製電影《一頁台北》、新銳導演何蔚庭的《台北星期天》，以及首度來臺取景的印度

▲ 《一頁台北》監製溫德斯及導演陳駿霖一起到師大夜市勘景。

▼ 剝皮寮在國外也知名，2010年吸引泰國電視劇《永恆的火焰》來此拍攝，也是剝皮寮首次出借給國外劇組。來臺拍攝的男女演員可都是泰國大咖呢！男演員曾與奧斯卡影帝尼可拉斯凱吉同台演出，女演員是泰國第一女模。



▲ 西門町／德國電視電影《The Chinese Man》



▲ 在市府工務局水利工程處人員支援下，蔡明亮的電影《臉》在華山創意文化園區拍攝淹水場景。

寶萊塢電影《Devu》(GOD)等，臺北市成為國際團隊來臺灣拍攝的第一站。

二〇一〇年至十一月已接洽計畫來臺北拍攝之二十五部跨國作品。三月中旬有泰國電視劇《永恆的火焰》(Eternal Flame)在臺北市進行為期七天的拍攝，影委會協拍人員並協助劇組協調

新竹中學的拍攝申請。

而改編自瑞典文學作品的德國電視電影《The Chinese Man》，經過長達半年的勘景與規劃，於六月來臺進行長達一個月的拍攝，攝製期間並聘用三十名臺灣本土劇組人員協助，在臺北市創造了新臺幣八千萬以上的產值。



▲ 日本富士電視台綜藝節目在西門町取景拍攝。



二〇一〇年八月十一日 晴

今天處理了三個案子，下班時又接了兩個新的，還跟我說要封街！
封街！封街！封街！
封街現在是劇組的口頭禪嗎？！

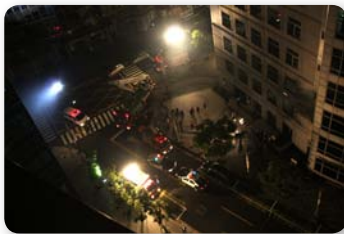


二〇一〇年八月十四日 雨

今天去文化局開封街會議了。
臨演有五百人，大場面啊！！！！
對了，聽說有劇組又要借臺北賓館了……

二〇一〇年八月十五日 陰

可以不要再這麼趕了嗎？
明天要拍的今天才申請，是要我怎麼辦？
臺北賓館的案子還沒送件，
還有會議紀錄沒有寫，我要被追殺了！！！！



二〇一〇年八月二十日 雨

本來要拍的劇組今天停拍
到了現場才告訴我，囧z
不過那個演員真可愛，
聽說行政組的姐姐她老公可以幫我們蓋日式房子！！
身邊怎麼會充滿了強者？！
啊！忘了幫劇組做公告了……



二〇一〇年八月二十一日 雨

拜託同事幫我做了公告，
交換條件是去東區拍老房子，還要打聽到場管單位。
他們說是在下班逛街時發現的，
很好，把我丟在辦公室加班自己跑去逛街！！！！

二〇一〇年八月二十三日 陰

今天帶劇組去瓶蓋工廠勘景了。
翻牆時差點跌倒，真是糗大了，
還有個製作助理一直說有感應到東西，
他以為在拍穿梭陰陽界嗎？
現在七月半耶！！！！



二〇一〇年八月二十四日 晴

今天出大太陽，而且超多組在今天拍的，
連上次停拍的也過來湊熱鬧。
整個協拍組都在外面，只留了一個人在辦公室接電話。
我們回去時他都快哭了，
他說他講電話講到嗓子都啞了。

二〇一〇年八月二十五日 晴

借場館的這個劇組違規得太超過了。
黑名單！！！！



二〇一〇年八月二十九日 晴

五百人的大場面真不是蓋的！
義交大哥也很幫忙啊。
這次的封街應該算是圓滿結束了，哈哈！
不過天亮了……現在應該是三十號才對……



▼協助國內電影拍攝團隊是影委會真無旁貸的任務，協拍國片案例迄今共佔協拍案例總數的13%。圖為電影《河豚》在捷運車廂內拍攝。

▼廣告是影委會的協拍大宗，三年來合計約佔協拍案例兩成。圖為臺灣固網廣告在信義商圈香堤大道拍攝。

..... NUMBERS

數字會說話

影委會在成立之後的35個月期間，協助425部影片在臺北拍攝，其中51部是外片取景或跨國合作製片（約佔12%）。



臺北市電影委員會年度協拍統計表									
年度	電影	電視	跨國合作	廣告	MV	短片 (含學生短片)	紀錄片	其他	年度合計
2008	11	16	12	5	1	8	0	1	54
2009	24	32	14	22	13	18	7	0	130
2010 (至11/30)	20	57	25	61	29	39	7	3	241
類型合計	55	105	51	88	43	65	14	4	425
類型比例	13%	25%	12%	21%	10%	15%	3%	1%	100%

臺北市電影委員會年度協拍統計
影委會協拍業務量成長驚人，二〇一〇年一至十一月的協拍案件數量，比前兩年的件數總和還要多！跨國合作的協拍案例也逐年遞增，顯示影委會在跨國合作製片的用心開發與經營，已踏出穩健步伐，獲得國外影視團隊的正面回應。



▲跨國合作拍攝的案例，在影委會努力耕耘下逐年遞增，三年來合計已達協拍案例數量的12%。圖為德國電視電影《The Chinese Man》在萬大路天橋拍攝。



▲電視作品迄今高居影委會協拍案例數量之冠，佔了四分之一。圖為電視《偷心大聖PS男》在劍潭里活動中心花園拍攝。



▲MV協拍數量的比重約佔影委會協拍案例總數的一成。圖為韋禮安MV《什麼鳥日子》在青年公園拍攝。



▲學生劇組是影委會經常協拍的對象，三年下來約佔全部協拍案例的15%。圖為世新大學廣電系作品《Summer Wave》在林務局日式宿舍取景拍攝。



▲老式社區是建構作品生活性的平實場景，常有劇組申請拍攝。



▲除了臺北市所屬的公有場館，連市屬單位人員影委會都可協助劇組出面協調支援。



▲道路工作區使用是十分常見的拍攝申請項目。



▲捷運絕對是申請拍攝的熱門項目。



▲一般民眾不會特別留意的停車場是劇組偏好的場景之一。



▲公車也屬於申請項目之一。

拍攝申請項目統計表					
	協拍項目	2010年 件數	2009/2008年 件數	項目合計	
協尋及申請場景	市有房舍或場地	104	73	177	
	私有房屋或場地	13	27	40	
	國有場地	35	7	42	
	醫療院所	13	10	23	
	學校	21	18	39	
	眷村或老式社區	43	8	51	
	公園	15	5	20	
	警察局及派出所	18	13	31	
	花博園區	7	0	7	
	合計	269	161	430	
道路使用及車輛相關協助	道路工作區使用申請	10	28	38	
	道路管制及道路封閉	11	13	24	
	停車場拍攝申請	27	13	40	
	捷運(含車廂及站台)	21	21	42	
	警車申請	13	14	27	
	水車(消防車)申請	7	6	13	
	救護車申請	1	5	6	
	吊車申請	1	2	3	
	垃圾車申請	1	4	5	
	公車申請	2	2	4	
	合計	94	108	202	
其它製作協助	勘景導覽	6	6	12	
	協助尋找特殊道具及器材	4	7	11	
	協尋演員排練場地	10	6	16	
	工作人員推介	3	1	4	
	協助造景	4	0	4	
	臺北場景簡報	2	0	2	
	協尋寄宿家庭	1	0	1	
	影像資料協尋	1	3	4	
	爆破詢問	0	1	1	
	協拍相關事宜諮詢	29	0	29	
	場地費用協調	1	0	1	
	合計	61	24	85	
	特殊協助	協辦簽證事宜	4	3	7
		住宿優惠	7	1	8
尋求資金協助		1	0	1	
協尋製作公司		8	0	8	
電費優惠		0	1	1	
特殊人物跟拍紀錄		0	1	1	
軍方資源-軍機及軍營申請		0	2	2	
合計		20	8	28	
總計	444	301	745		

影視團隊拍攝申請項目統計

從以下臺北市電影委員會的協拍項目一覽及申請統計，可以看出協拍處理的事項真是包羅萬象，劇組的各種疑難症都難不倒協拍工作人員。塑造一個友善便捷的拍片環境，影委會做到了。



▲跨國合作拍攝特別仰賴影委會協助勘景導覽。



▲影委會多次協助劇組申請到國有場地取景拍攝。

Venues and Sites Support / 協拍景點



▲ 電視《飯糰之家》在西門紅樓廣場拍攝。



▲ 臺北市政府調動臺北市立交響樂團於中山堂協助電影《近在咫尺》拍攝。



▲ 北投捷運機廠曾在電視《星光下的童話》裡出現。



▲ 熱鬧的師大夜市生活圈跟著電影《一頁台北》深入影迷心中。



▲ 「統一科學麵」廣告在內湖洲子停車場頂樓拍攝。

臺北市腹地不算大，但麻雀雖小，五臟俱全。沒有開闊的海港，卻有多處悠閒的河濱公園；自然景觀不多，但人文景觀卻精彩多元；隱於繁華而疏離的城市印象之下的，其實是豐富而深刻的文化內涵。

日治時期的歷史在臺北市鑿刻的痕跡尤其清晰，多處日式建築及仿洋式建築，都是當時留下來的珍貴場景。身為首善之都的臺北市，許多新的建設與規劃也都在這裡率先執行，所以我們有了信義商圈做為時尚潮流的代表，也有西門町商圈新舊並陳的年輕創意與活力，更有完整的捷運系統讓鏡頭隨著列車拍遍全城景觀。

02

臺北市場景類型表

13場景類型	場景例舉
中式建築	圓山大飯店、國立故宮博物館、剝皮寮、錢穆故居……等
日式建築	齊東街日式宿舍、市長官邸藝文沙龍……等
西式建築	國立臺灣博物館、西門紅樓、撫台街洋樓……等
現代建築	臺北101大樓、內湖科學園區、臺北田徑場……等
校園／圖書館	北投圖書館、國立臺北藝術大學、國立臺灣大學文學院……等
河岸綠地	大湖公園、大安森林公園、臺北植物園、彩虹河濱公園……等
主題式地景	建國啤酒廠、四四南村、華山1914創意文化園區……等
歷史場景	國父紀念館、忠烈祠、菸酒專賣局……等
宗教場所	孔廟、行天宮、臺北清真大寺、濟南教會……等
藝文空間	中山堂、牯嶺街小劇場、臺北當代藝術館……等
商圈街景	信義商圈、五分埔、西門町、建國假日花市……等
夜生活	士林夜市、師大夜市、KTV、華西街……等
交通	臺北捷運、藍色公路、各級道路……等

節錄自《拍台北：影視勘景指南》(2009)



▲ 北投的龍鳳谷是2010年金馬影展廣告的拍攝地點。

▶ 連麥當勞廣告都到爆紅的剝皮寮《艋舺》老大Geta家的場景拍攝。



□ 特色景點之最

在臺北市這個迷人大片場，有平實的生活場景，有地標性的觀光景點，還有一些場景因為性格鮮明，環境氛圍獨樹一格，成為許多劇組的最愛，一再被指定拍攝取景。這些特色景點，有的洋溢懷舊生活情調，有的呈現宏偉肅穆氣氛，有的圍繞荒涼之美，其中有市民熟悉的，也有平日難窺其貌的。不管哪一種，它們的共同點是都已經成功塑造自己的「品牌識別」，成為搶搶滾的特色景點之最。

【最爆紅】 剝皮寮



要論爆紅
場景，因
電影長片
《艋舺》
而帶動觀
光人潮的
剝皮寮，

絕對當之無愧。在《艋舺》上映後，剝皮寮歷史街區便成為影迷朝聖的重要景點，順勢帶動周邊商圈活化。即使電影已下檔許久，但剝皮寮的人潮與各式展覽依然絡繹不絕。剝皮寮歷史街區

的規劃完整而逼真，更成為許多劇組拍攝舊時代場景的首選，在高峰期甚至出現一週內有五組大小不一的劇組到該場景進行拍攝工作。剝皮寮不只成為萬華區的新興景點，更是老街重建與活化使用的代表案例之一。

【最悠閒】 富錦街



還記得朵
兒在咖啡
館聽著群
青訴說世
界各地的
故事嗎？
或是想騎
著腳踏車

陪蕃兒漫遊美麗的綠色林蔭下？電影《第36個故事》不僅拍出富錦街的美，還拍出濃濃的咖啡香。根據小黃司機大哥的熱情說明，富錦街原為美軍宿舍區域，因此周邊建物還保有淡淡的美式風格，街道兩旁林立的菩提樹及住宅旁的小公園則透出一絲歐洲風情，加上附近機能完整卻不過於擁擠的商家，讓這條不過百來公尺的街道，有著不同於臺北市鬧區的悠閒。只要找一個午后時分，從繁忙的光復北路拐個彎，就能走進後花園般的富錦街，體會朵兒的悠閒和蕃兒的自在。



▲ 因為電影《第36個故事》，富錦街的朵兒咖啡館至今仍是影迷朝聖之地。

Peculiar Scenes

▶ 林務局日式宿舍是電視電影《17號出入口》的拍攝場景。



【最和風】
林務局山林課日式宿舍



「臺北市怎麼還有這種地方！」許多劇組人員走進金山南路二

段的林務局日式宿舍時，總會發出這樣的驚嘆。讓他們驚訝的，不只因為此處日式宿舍群保存的完整性，更重要的一點是：房舍內始終保有「生活」的味道，因而吸引了許多走寫實風格的劇組前來拍攝，包括《看見天堂》、《17號出入口》及《雲頂天很藍》等。臺北市轄區內大多數日

式房舍都已拆除，或在整修後活化使用做為展場或藝文場所，幾乎都無法供人居住，而且絕大多數保存下來的房舍皆為官舍，少了幾分庶民親近感，正因如此，始終有管理人員入住的山林課日式宿舍群，更顯珍貴且具保存價值。

【最挑戰】
臺北賓館



座落於凱達格蘭大道，與總統府遙遙相望，臺北賓館氣派典雅，

被公認為目前臺灣最具代表性的巴洛克式建築。但為什麼會是最具挑戰性的場景呢？套句協拍人員的話：「總統府每星期都開放參觀，臺北賓館一個月只開放一次耶！」這裡平日完全不對外開放，僅於總統宴請外賓或國慶酒會時使用，嚴格複雜的申請流程構成協拍的大挑戰。然而臺北賓館的美，觸發了許多創作人的靈感，周杰倫《雨下一整晚》

把它變身為一九三〇年代的上海街頭；魏德聖的《賽德克·巴萊》則還原臺北賓館的歷史位置，成為日治時期的總督官邸。臺北賓館風華絕代的外貌，以及本身不可抹滅的歷史地位，都說明了這個場景的重要性。



▲ 周杰倫MV《雨下一整晚》在臺北賓館拍攝。

▲ 電視《倪亞達》創下第一次讓動物進入總統府拍攝的例子。



【最嚴格】 總統府



「門禁森嚴」絕對是在總統府拍攝的第一印象。拍攝前要先交

人員名冊，進出必須經過安檢程序，即使只走去洗手間也有憲兵陪同。但更令人驚訝的是府方對影視拍攝的支持程度，為了符合《倪亞達》的原著劇情，第一次有動物進入總統府拍攝；《飛！企鵝》在總統府前廣場取景時，為了讓劇組拍攝順利進行，總統還要求座車及隨扈從側門進出。誰說總統府很嚴肅，在完善的協拍機制下，總統府也可以變得很親近。

【最藝術】 香堤大道



《聽說》的秧秧在這裡當街頭藝人，《偷心大聖PS男》的馬小茜

也在這裡和好友談心，如果更仔細觀察，就可以發現各種影視作品在香堤大道取景的次數，遠超過一般人的想像。香堤大道的美，從多年前的偶像劇鼻祖《流星花園》最終回就可一窺究竟，經過了十年，美麗的街景依舊，更添加了濃濃的藝術氣息，如今

的香堤大道，不分早晚與假日，總會有街頭藝人在此駐地表演，連在國內較少見的真人雕像藝術家，也可以在假日欣賞到他們的演出，讓香堤大道有別於其他商圈徒步區，洋溢獨特的藝術風情。



▲ 臺灣固網廣告在香堤大道拍攝時，吸引不少民眾圍觀。



▶ 臺北101觀景台是電影《霓虹心》主角的臺灣之旅其中一站。

【最詭秘】
南港瓶蓋工廠



廢墟處處有，但要廢得漂亮，南港瓶蓋工廠是萬中選一。入夜

之後，工廠內微弱昏黃的燈光，平添一絲淒涼詭譎氣氛。就因為這份特殊微妙的場景氛圍，讓南港瓶蓋工廠的詢問度始終居高不下，尤其成為許多歌手拍攝MV的指定場地，包括許哲珮、靜物樂團、江明娟等，都曾在此拍攝。有趣的是，目前瓶蓋工廠外圍已用鐵皮圍起，每逢劇組想前往勘景時，協拍人員必須先告知：「要翻牆哦！」於是從勘景開始，這個景點就有那麼一絲進鬼屋探險的戲味了。

【最高空】
101觀景台

臺北101觀景台，書面資料記載著這裡有全球最大的風阻尼魯、全球最快的電梯、全球最高的高空郵筒，並曾經是全球最高的觀景台，所以說這裡是全臺灣最接



▲許哲珮MV《沒落貴族》在南港瓶蓋工廠拍攝。



近天空的場景絕對不為過。從觀景台向外望，城市全貌盡收眼

底，夜景更是迷人。因為網友交談的視訊畫面，開啟了《霓虹心》女主角Kick與兒子的臺灣之旅，而臺北101也成為他們旅程中的一站，「最高空」或許也是《霓虹心》導演選擇此景代表臺北的原因之一，因為愈接近天空，愈能映照人類的渺小。

► 電視電影《17號出入口》在捷運車廂內拍攝。



【最多人】
臺北捷運



臺北捷運絕對是圍觀民眾最多的場景。每日營運人次超過百

萬，是大臺北地區最重要的大眾運輸工具，協助影視拍攝對臺北捷運而言，帳面上肯定不是划算的生意；但作品上映後帶來的形

象提升與效益，臺北捷運看到了。所以，《一頁台北》的郭采潔可以在小南門站內奔跑，《偷心大聖PS男》的隋棠和藍正龍在貓空纜車空中談情，《17號出入口》的金士傑則望著車廂外的風景遙想過往時光。雖然在捷運拍攝會有許多民眾圍觀，也能接到不少投訴與質疑，但對臺北捷運和劇組來說，一方有了形象的提升，一方完成了作品拍攝，一切絕對值得。

【最懷舊】
安西街九巷



懷舊風近年來大行其道，連影視作品也不例外，只要是舊時代

的建築都成為熱門場景，而其中最具備懷舊風情的應該就是位在大稻埕的安西街。安西街九巷鄰近迪化街，許多傳統建築保存良好，並有民眾居住。從街道景色及周邊商家的店面擺設，仍可一窺過去大稻埕的繁華風采，也因此跨國合製的《一頁台北》和《The Chinese Man》（德國電視電影），都不約而同相中此地進行拍攝，後者拍攝下雨場景時為求完美、快速，出動造價數十萬元的高空灑水設備，拍攝出逼真的雨景鏡頭。

▼電影《聽說》



▼朵兒咖啡館



▼電視《倪亞達》在總統府取景拍攝。



Cityscape and Film

跟著鏡頭逛臺北

「這個場景好熟悉，好像在哪儿電影看過耶！」走在臺北市不是常有這種感覺呢？其實臺北市每個角落都有故事，讓場景的故事與影像創作完美結合，正是影委會的重要目標。影委會自二〇〇九年開始提倡「臺北市隨時都有戲、處處可入鏡」，每一次努力，都是為了讓創作者的鏡頭為臺北市寫下最獨一無二的紀錄。

想像這樣的旅程吧！找一個假日的早晨，到凱達格蘭大道陪著倪亞達和愛犬康康參加升旗典禮，再走到附近的臺北賓館回想雨下一整晚的淒美愛情故事；可以的話坐上捷運，幻想著金士傑老師

可能在十七號出口出沒，最後

卻在捷連西門站下車，原來彭于晏和阮經天已經在六號出口等著自己；吃過午餐後再漫步到剝皮寮感受艋舺時代的熱血沸騰，然後前進富錦街朵兒咖啡館喝杯下午茶休息一下，聽著小鎂說著第三十六個故事。天色漸晚，不如去看場電影吧！走過香堤大道，看到秧秧對其他街頭藝人說：「聽說聽說很好看！」電影結束後，再走到一〇一大樓，走入電梯直接登上觀景台，看著窗外的夜景，忍不住感嘆：原來這就是霓虹心要訴說的感動啊！

曾經，臺北有好幾種旅遊路線：美食之旅、文化之旅、古蹟之旅、時尚之旅、宗教之旅、購物



▲臺北市行政分區圖



之旅……。現在，臺北有了一種新的旅行方法：跟著影委會協拍的影視作品，遊逛臺北市十二個行政區，重新認識躍上銀幕／螢幕的臺北。

▲電影《艋舺》

▲電視電影《17號出口》

▲周杰倫MV《雨下一整晚》



>北投區



▲北投圖書館／電影《初戀風暴》
▶地熱谷／電影《愛在世界末日前》



>士林區

- 1 德國電視電影《The Chinese Man》曾在士林的慈誠宮取景拍攝。
- 2 劍潭里活動中心／電視《偷心大聖PS男》
- 3 錢穆故居／泰國電視劇《永恆的火焰》
- 4 陽明山／泰國電視劇《永恆的火焰》
- ▶ 天母棒球場／電影《三振》



>大同區



◀ 安西街九巷／德國電視電影
《The Chinese Man》
▼ 大稻埕／電影《一頁台北》



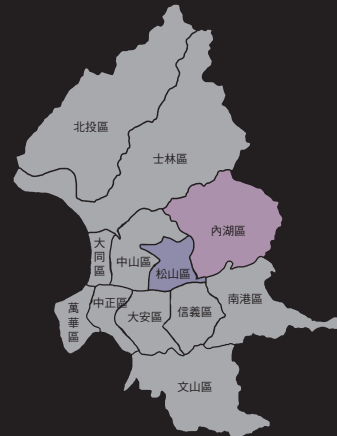
◀ 花博園區吸引不少劇組申請拍攝。
1 臺北市立兒童育樂中心圓山園區／電視《祖孫情》
2 林森北路／電影《翻滾吧！阿信》
3 當代藝術館／世新大學廣電系學生作品《Soul Mate》
4 樂星花園／電影《一頁台北》

>中山區





> 松山區



- 1 朵兒咖啡館是電影《第36個故事》的核心場景。
- 2 松山運動中心／電影《阿輝的女兒》
- 3 彩虹橋／電影《近在咫尺》
- 4 小巨蛋／電影《台北飄雪》
- ◀ 小巨蛋內部／電影《一席之地》



> 內湖區



- ▲ 遼闊又綠油油的美堤河濱公園吸引許多廣告前來拍攝。
- 1 大陸歌手也到美堤河濱公園拍MV。
- 2 洲子停車場／統一科學麵廣告
- 3 大湖公園／電視《妻子們的戰爭》



> 萬華區



▶ 剥皮寮在電影《艋舺》之後炙手可熱。

- ❶ 中山堂／電視《戀戀阿里山》
- ❷ 西門紅樓／電視《幸福最晴天》
- ❸ 西門町／漢堡王廣告
- ❹ 警察宿舍／電視電影《17號出入口》
- ❺ 洛陽停車場／賓士汽車廣告



◀ 中正紀念堂／電影《麻糬》

- ❶ 交通部行控中心／德國電視電影《The Chinese Man》
- ❷ 臺北賓館／電影《賽德克·巴萊》
- ❸ 北一女／電影《初戀風暴》
- ❹ 寶藏巖／學生電影《浮島》
- ❺ 總統府／電視《倪亞達》

> 中正區



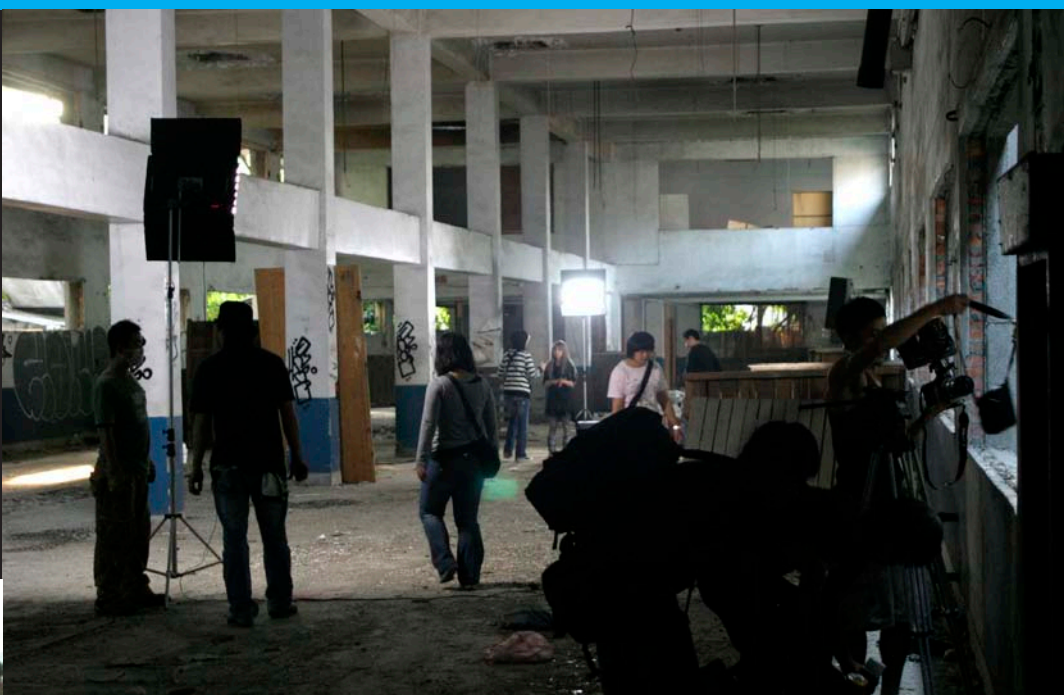


- 1 信義商圈／電視《偷心大聖PS男》
- 2 臺北101大樓儼然成為鏡頭下的臺北市地標。
- 3 香堤大道／電視《鍾無豔》
- 4 臺北101大樓內部空間／電影《霓虹心》
- ▼ 臺北市政府／電視《木蘭花》



>信義區

>南港區

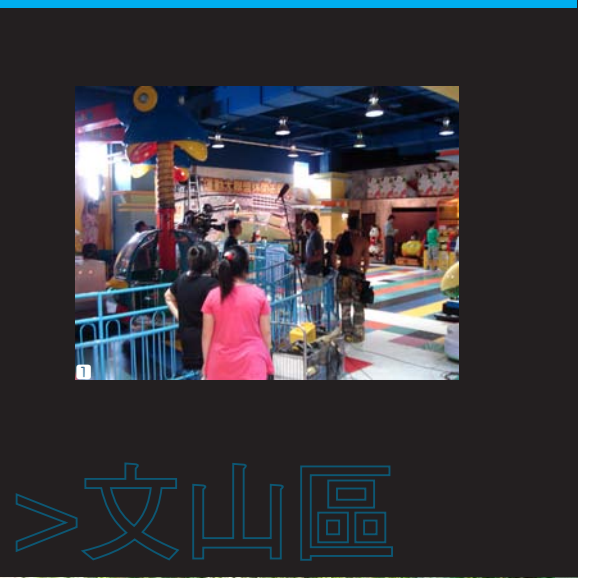


- ▲ 南港瓶蓋工廠／許哲珮MV《沒落貴族》
- ◀ 南港運動中心／電視《他們在畢業的前一天爆炸》



> 大安區

- 1 師大夜市／電影《一頁台北》
- 2 敦化南路／電視《妻子們的戰爭》
- 3 大安運動中心／電影《賽德克·巴萊》
- 4 大安森林公園音樂台是劇組喜歡取景的地點。
- 5 通化街夜市／臺北藝術大學電影研究所《小偷》
- ▶ 林務局日式宿舍／電視《雲頂天很藍》



> 文山區

- ▶ 貓纜／電視《偷心大聖PS男》
- 1 臺北市立兒童育樂中心文山園區曾吸引劇組拍攝。
- 2 木柵動物園／電影《爸，你好嗎？》



Beyond the Camera

當協拍 不止是協拍



03

在影委會的英文官網，介紹影委會的服務 (What We Do) 用了以下標題

Resourceful &

Flexible，沒錯！這正是協拍組

的工作原則，成為資源豐富又有靈活效率的協拍夥伴。房子要淹

水？大樓要亮燈？警車要追逐？

道路要封街？……三年下來，影

委會協助處理了各式各樣的拍攝

需求，使命必達的背後，有一長

串不為人知的歷程。在攝影機鏡

頭之外，協拍人員有幸成為許多

影視作品的幕後一份子，除了提

醒拍攝團隊不忘落實臺北市提倡

的綠製片環保原則，善盡地球公

民責任，同時也見證劇組對工作

的用心投入。每一部作品的推

出，都讓身為影視夥伴的影委會

深感與有榮焉。

□ 拍片趨勢關鍵詞

綠製片

拍電影也能做環保！國片《艋舺》將近八十天拍攝期，整個劇組近一百人全部按規定使用環保筷，總共省下二萬四千雙免洗筷，不但是創舉，更是趨勢。為響應節能減碳、愛護地球，臺北市電影委員會力推政策之一，就是目前已在全球各地影壇逐漸形

成新風潮的「綠製片」。

舉例來說，二〇一〇年九月與臺

北市影委會結盟的大巴黎電影委

員會，已經與其他法國影視機構

在大巴黎全力推動「綠能拍片計

畫」(ECOPROD)，針對影

片(包括紀錄片、短片、廣告

等)拍攝過程中的八大項目：前

後製、場景佈置、燈光、劇組、

化妝、電力器材、片場餐飲、交

通等，一一提出具體可行的減碳

實行辦法，像是在攝影棚內完全

採用LED燈光照明、詳列拍片過

程中排放的二氧化碳計量表等

等，都是十分值得參考的經驗。

臺北市電影委員會在協拍同時，

不忘提供幾項綠電影的重點實施

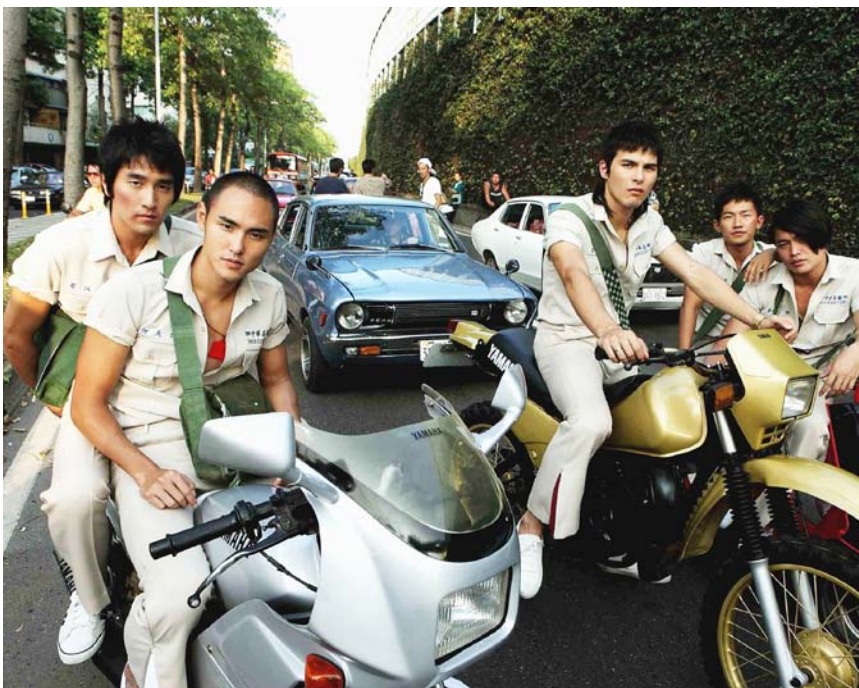
原則給劇組，包括能源的類型與

使用，場景、服裝和道具的選用

素材，廢棄物的回收與管理，交

通需求的評估(聘僱當地工作人

員也是作環保!)，飲食與餐具



▼臺灣藝術大學電影學系《城市微聲》



▼臺灣藝術大學電影學系《娃娃》



▲臺北藝術大學電影研究所《小偷》

的考量等等。希望將環保意識導入國內的電影製作，讓電影產業與地球一同永續發展，而臺北市也可望成為亞洲第一個鼓勵以環保減碳來拍片的城市。

「絕不認輸的認真與堅持」 ——學生劇組

專注的神情，專業的技術，這些看起來專業又認真的劇組人員，卻都只是二十出頭的大學生。在影委會的協拍經驗中，學生劇組算不上最特別，卻是協拍人員相

當用心經營的一群。學生劇組有熱情、有理想、有抱負，更有滿滿的創意和正待展現的專業技術，缺少的只是外界支援與經驗累積。因為他們對作品的堅持與認真，讓協拍人員協助他們的申請案件同時，也常分享自身的製作經驗與感想。許多學生劇組對於影委會的熱情協助感到不可思議，但協拍人員也只是淡淡的說一句「我們也是這樣走過來的……」。



▲世新大學廣電系《Soul Mate》



▲臺北藝術大學電影創作系《珍妮的網誌》



▲ 電影《艋舺》



▲ 電影《你是否聽見花開》



▲ 紀錄片《遙遠星球的孩子》



▲ 電影《酷馬》



▲ 電影《台北飄雪》

「專業人士魅力指數」
導演、攝影師、技術人員
三年下來，不管黑夜或白天，協
拍組有機會貼近劇組拍攝場景現
場，累積了許多影視作品背後的
第一手影像資料，其中不乏國內
外知名演員，但其中最帥氣、最
美麗、最有魅力的是誰呢？不是
天廷雙帥，也不是小鎂和志玲姐
姐，而是那些隱身作品背後的幕
後工作人員。看著他們當下全神
貫注，齊心協力完成拍攝工作，
專業光芒散發出來的魅力，動人
指數百分百。



▲ 電視《飯糰之家》

STORY

不能說的協拍祕密



祕密一

「你們怎麼連這個都幫?!」

「你們怎麼連這個都幫?!」這句驚呼來自一位不願具名的某場管單位承辦人員，驚呼的原因不是因為劇情內容驚世駭俗或違反社會善良風俗，而是看到影委會協拍人員對所有劇組一視同仁的協助，感到驚訝萬分。

其實不少劇組都曾經以試探的口吻問過協拍人員：「『電影』委員會是不是只幫電影啊?」「當然不是嘍，只要劇情及需求經過審核符合申請要件，我們都會盡全力處理的，即使是學生劇組也是哦!」協拍人員一派輕鬆的回應。

事實上，協拍工作一點也不輕鬆，每個申請案都是個案，每個劇組的需求也不盡相同，協拍人員介於劇組與場管單位之間，擔任溝通者的重要角色。經過這三年的努力，協拍業務明顯成長，協拍項目也有更多元的變化，不少劇組都說：「在臺北市拍片變得更自在了!」種種正面的轉變，協拍人員的努力與經驗絕對功不可沒。



祕密二

「唉~你們這樣太趕嘍!!!」

「唉~你們這樣太趕嘍!!!」在此要跟長期配合臺北市影視協拍政策的各個公部門及場管單位說聲抱歉!因為劇組的需求瞬息萬變，加上愈發多元的創意，讓不少單位的業務量也連帶增加了。

「好啦好啦!這次幫你趕急件，下次不行嘍!」在此又要跟這些配合協拍政策的公部門及場管單位說聲謝謝!即使知道有些申請很麻煩，還要加班趕急件才處理得完，得到的回饋也只是幾張電影邀請券(如果有的話!)，但這些承辦人員還是陪著協拍小組一起完成每一項任務。感謝之餘，也要跟場管單位們說一聲：未來還有更多挑戰，請多多指教!



祕密三

「這裡很適合拍片耶!」

「這裡很適合拍片耶!」要論這句話成為協拍人員的職業病絕對不為過，併發症還包括：走在路上看見不錯的場景就拿起相機拍攝各個角度→心中開始盤算眼前場景適合什麼劇組拍攝→不動聲色記下地址想著明天要打電話去文化局問問→如果遇到里長就諂媚狀向里長打聽這是誰管的……。

以下是發生在協拍人員A女及B女的實例：

某日晚間，A女和B女下班後到東區逛街，在停車的同時，不經意看見車位前方有一棟中古公寓建築。

A女：欸!欸!欸!這棟很漂亮耶!

B女：真的耶!前面還有小廣場可以停車!

A女：這種房子東區好像滿少見的，很適合拍片耶!

B女：不知道是那個單位管的?

兩人走到門牌前方，默默記下地址。

A女：要拍幾張照片嗎?不過我沒帶相機……

B女：算了，明天叫C男去問，再順便拍幾張照片回來。

就這樣，帶著職業病的協拍人員，在逛街途中，再一次成功開發了新的場景!!!





#02

⇒ ⇒ ⇒ 臺北市，
因為錯失《不可能的任務3》在臺北取景
拍攝的機會，也錯失了行銷臺北，所以設立了臺北市電影
委員會。

「什麼？湯姆·克魯斯耶！」這個故事，聽在一般市民耳裡，有點八卦，帶點遺憾；但對城市而言，失去的不只是國際巨星和一千二百個工作機會，最大的損失莫過於失去讓全世界看見臺北市的機會。

透過影視行銷城市，近年來已蔚為全球潮流所趨，《魔戒》裡的紐西蘭自然景觀波瀾壯闊，讓人大開眼界；《神鬼認證》系列，則讓德國柏林的大街小巷，成為追星族必訪之處。

原來城市行銷可以這麼不著痕跡。

於是，影委會和不同類型的影片發展合作關係。《艋舺》讓剝皮寮未演先轟動；《一頁台北》在柏林影展得獎使臺北成為國際影壇注目焦點；《偷心大聖PS男》讓貓纜成為新興戀愛景點；周杰倫MV裡的臺北市驚喜處處……，臺北百變在影視作品看得見。

臺北市電影委員會全力協助影視產業在臺北市拍攝，只不過影片拍完了沒有人看，花再多心力也惘然。有鑑於此，影委會於二〇〇九年下半年正式啟動「協助影片行銷宣傳」業務，整合公民營的行銷管道，與片商合作，協助諸多在臺北市拍攝取景的影片「加碼」宣傳。

在「加碼」之外，影委會也協助劇組「節省」，透過「製片優惠卡」扮演平台角色，讓所有在臺北市拍片的劇組，從生活最基本的食、衣、住、行，全面進行省錢大作戰。

向下紮根，向上結果，是不變的真理。人才培育及專業訓練，是臺北市電影委員會成立之初訂定的四大目標之一，三年來，影委會始終跟著產業的脈動，調整專業訓練標的，理由無他，就是希望透過專業人才的培訓，經由積極的宣傳行銷影片，相招大家來圓一個影視產業向上起飛的美夢。

★Marketing





Resourceful Support to the Film Business

活動行銷／

拍臺北

▶ 有「錢」途



Marketing Partnership

合作行銷互惠



故事是這麼開始的……

二〇〇六年《不可能的任務3》

製片團隊代表湯姆·克魯斯來台勘景，相中當時的「全世界第一高樓」臺北101大樓及其周邊道路，除了希望借用頂樓拍攝大樓警衛追殺湯姆·克魯斯的主戲外，還要在周邊道路封街拍攝。

「101大樓安全警衛從不佩槍」、「行道樹跟路燈歸公園管理處和道路交通局管，我們無法

01

做為作主」……於是臺北失去讓

全球超過六千七百萬人在大銀幕

看到湯姆·克魯斯登上101、在

臺北街頭奔跑的畫面。克魯斯轉

向上海拍攝，劇組在兩個月拍攝

期間創造出一千二百個工作機

會，以及食衣住行各項花費，加

上全球傳媒對城市食衣住行等報

導宣傳，臺北市失去了超過上億

美元的商機。

慘痛的經驗，讓臺北市正視影視產品強大的滲透力和宣傳力，也

瞭解到，相較於舉辦大型國際賽

事或活動的鉅額預算，若經由影

視作品強力放送，能以相對有限

的成本獲得極高的國際能見度，

打響城市名號。

二〇〇八年一月臺北市電影委員

會正式成立。成立以來積極和

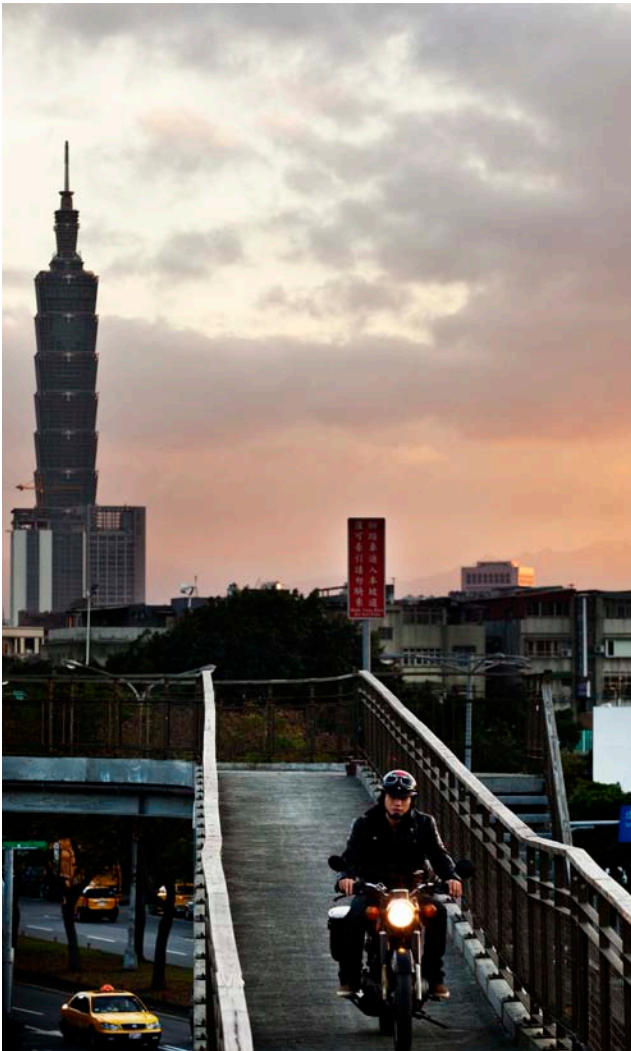
各種不同類型的影片發展合作

關係，期望達到「行銷城市形

象」、「輸出在地文化」、「促

進地方觀光」、「創造經濟效

益」的綜合成效。



▲原本似乎高不可攀的臺北101大樓，現在也敞開大門歡迎影視作品取景拍攝。圖為電影《台北飄雪》劇照。

▼影委會協助電影《艋舺》在水源快速道路封街拍攝。

▼2009年在坎城，《艋舺》導演及演員穿著戲服，宣佈電影開拍，創新圖片宣傳手法。

▼影委會協助商借甫修復完成的剝皮寮做為《艋舺》重要拍攝場景。



▲影委會協助電影《艋舺》在臺北市封街拍攝。

□合作雙贏

這兩年，提到與臺北市結合的影片，大家印象最深刻的莫過於電影《艋舺》，事實上，臺北市電影委員會也確實是在這部影片開拍前就全力投入協助。

《艋舺》

二〇〇九年五月十九日，坎城 Carlton Hotel 海灘上，由影委會承辦的 Taiwan Night Party 才剛開始。《艋舺》片中的男主角阮經天，頂著一顆三分頭，沒有穿襯衫的白西裝下，龍頭刺青顯得特別搶眼，再搭上黑色的夾腳拖，夠俗、夠台，但對吸引媒體

目光也夠有力。《艋舺》坎城宣布開拍，前所未有的宣傳手法，讓這部影片還未開拍就受到國際片商的矚目。

該片帶動萬華地區的商機保守估計高達十二億元。

《一頁台北》與《臉》

《艋舺》拍攝過程中，影委會不僅協助劇組商借剛修復完成的剝皮寮場景拍攝，還在人潮最多的週日封華西街夜市拍攝動員七、八百人的打群架重頭戲；水源快速道路的封街，更是樁不可能的任務，但，影委會做到了！媲美好萊塢大片的西門町封街首映 Party，讓這部影片未演先轟動，創下了國片史上首日賣座最高票房一千八百萬元的新紀錄。

與臺北市同名的電影《一頁台北》，是臺北市電影委員會首次的捷運協拍任務，《一頁台北》也不負所望，獲得柏林影展「最佳亞洲電影獎」，不僅讓全世界看到臺北的美，「臺北」這個名字也在國際間傳頌。臺法合資的《臉》，一場水淹主角李康生家的戲，整整用掉多達五百噸的水，在蔡明亮唯美的鏡頭下，臺北市呈現奇幻的魅力。

▼走紅電視劇《偷心大聖 PS男》搭上花博熱潮，舞蝶館場景和花精靈可愛的形象，隨媒體報導和電視劇本身大幅曝光，為雙方都成功帶來話題。

▼五月天拍攝花博廣告。



▲口碑電視劇《飯糰之家》商借大安區區公所十樓大禮堂拍攝都更相關戲碼，郝市長特地探班，而臺北市日常生活風貌也隨電視劇呈現觀眾眼前。

因此，影委會的合作對象涵蓋面相當廣，包括電視劇《偷心大聖 PS男》與《飯糰之家》，不論是貓空、貓纜、孔廟、保安宮等臺北市特色景點，都讓民眾看到不同面向的城市風貌；二〇一〇年臺北市最大的環保、綠化政策轉換成「臺北國際花卉博覽會」的舉辦，影委會也和國內炙手可

從城市行銷的角度而言，臺北市電影委員會和影視產業的關係是相輔相成的，影委會扮演好平台協助的角色，就能夠讓劇組在城市中穿梭取景，透過鏡頭，臺北市有了新的生命，觸動每一位觀影者的心靈，再將感動回饋給這個動感的城市。

合作對象多元
雖然名為電影委員會，但影委會協助的對象並未侷限在電影，電視劇、MV、廣告、短片、紀錄片，甚至連電視節目都來尋求協助。

熱之知名歌手 S.H.E、伍佰、周杰倫及五月天合作拍攝 MV、短片，透過電視、戶外大銀幕、捷運站廣告等多元管道進行重覆播放，帶民眾一同走入煥然一新的臺北城市花園。



▲擅長置入時事情境的《偷心大聖 PS男》，在貓纜宣布復駛不到一個月內即借景拍攝，為貓纜披上戀愛熱門景點的形象。

▼透過影委會的合作行銷機制，電影《艋舺》於捷運公館站燈箱廣告宣傳露出。



□宣傳加碼

一部電影的誕生就像是美味的佳餚，劇本是新鮮原料，拍攝宛如主廚手藝，後製像是精美的擺盤上菜讓人賞心悅目；但一家餐廳如果沒有招牌，就無法吸引第一次上門的顧客發現這裡的美味。電影除了藝術價值，票房是否叫座就有一半取決於電影行銷的方式。

在好萊塢的大型製作中，電影本片的製作大概只佔成本的一半，另外一半的經費則根據電影的片型與題材，思考市場並選擇正確的行銷方式，讓電影上映的訊息傳遞給目標觀眾，並能夠有效吸引觀眾產生觀影的欲望，進而採取實際行動購票觀影。

行銷學中 Attention ▶ Interest ▶

Desire ▶ Action 的基本模式也能套用在電影產業，不論前面階段有多成功，觀眾的行動累積成票房才是電影賣座的關鍵。

然而，臺灣電影產業卻都面臨相同的問題，導演追求電影品質的過程中已經將大部分經費使用完畢，後端接觸市場與觀眾的行銷

預算，寥寥可數，電影叫好不叫座，則讓觀眾錯失接觸精緻國片的機會。

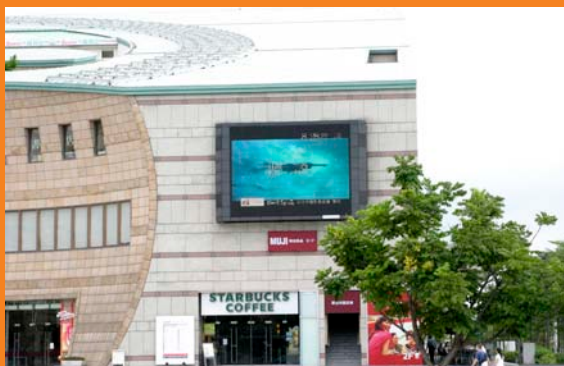


◀ 2010年2月4日晚上，西門町武昌街二段封街，《艋舺》在此舉行首映party，現場觀眾擠得水洩不通。

▼電影《聽說》在美麗華百樂園戶外電視牆的宣傳露出。

▼電影《酷馬》在忠孝復興捷運站內的大型燈箱廣告露出。

▼紀錄片《乘著光影旅行》在忠孝復興捷運站戶外電視牆的宣傳露出。



▲電影《不能沒有你》在西門捷運站六號出口廣場戶外電視牆的宣傳露出。

行銷管道豐富

鑒於製片單位的資源分散而有限，因此，一向致力扶植電影產業發展的臺北市政府便規劃使用市有之宣傳管道協助國片電影行銷。

不知您是否曾經發覺，在捷運月台等車時看見電視正在播放國片精彩預告，在逛街時看見的戶外

大型POP在產品廣告外多了些藝文氣息，新聞中不時出現深度的電影專題報導，捷運站中取閱的文化快遞刊物裡精美的電影廣告，圖書館中自由索取的電影DM，生活中不斷接觸臺灣電影

最新潮的發展，一部接著一部的好片讓觀眾目不暇給。透過這些宣傳管道，片商在既有的行銷預算當中得到臺北市政府的一加

碼」，發揮加倍的曝光宣傳效果。

片商需求若渴

正因為提供出來的行銷管道多元又豐富，臺北市電影委員會合作行銷的電話從來沒有停過：一邊提醒製片單位善用合作行銷資源，一邊催促其他單位繳交或修改稿件；同時要與各個協力廠商

▼《台北星期天》在中山堂戶外電視牆的宣傳露出。



▼紀錄片《街舞狂潮》在捷運月台電視的宣傳露出。



▲電影《一席之地》在鄰近臺北城市舞台的文化海報筒露出。

保持高度聯繫，進稿、對稿、修稿，甚至到完稿後，還要風塵僕僕到大馬路上把成果拍攝下來。偏偏片商在電影上映前是最忙碌的時候，打了一整天的電話都不一定能找到人，找到人，又不一定在辦公室，在辦公室，美編又不一定有空馬上修改。如此情形總是一而再、再而三的輪迴，就更別提國片上映的旺季，往往忙碌到再多十隻手也不夠接電話，但是，當票房傳來捷報，再多的辛苦也甘之如飴。

..... NUMBERS

🎬 合作行銷加碼

影委會自2009年7月展開合作行銷業務以來，共計協助30部國片進行宣傳；行銷之影片票房合計約4億3578萬元。提供的多媒體宣傳部份，捷運月台電視廣告露出累計超過25,121檔次，戶外LED電視牆露出逾50,180檔次。電子媒體合作露出計76則，平面媒體合作露出有35篇，文化海報框25部，文化海報筒9部，市立圖書館DM、酷卡等文宣放置數量超過130,000份。



▲臺北市立圖書館是放置協拍電影DM的宣傳據點之一，圖為電影《一席之地》DM。

▼ 萬華清水祖師爺廟



▼ 剝皮寮

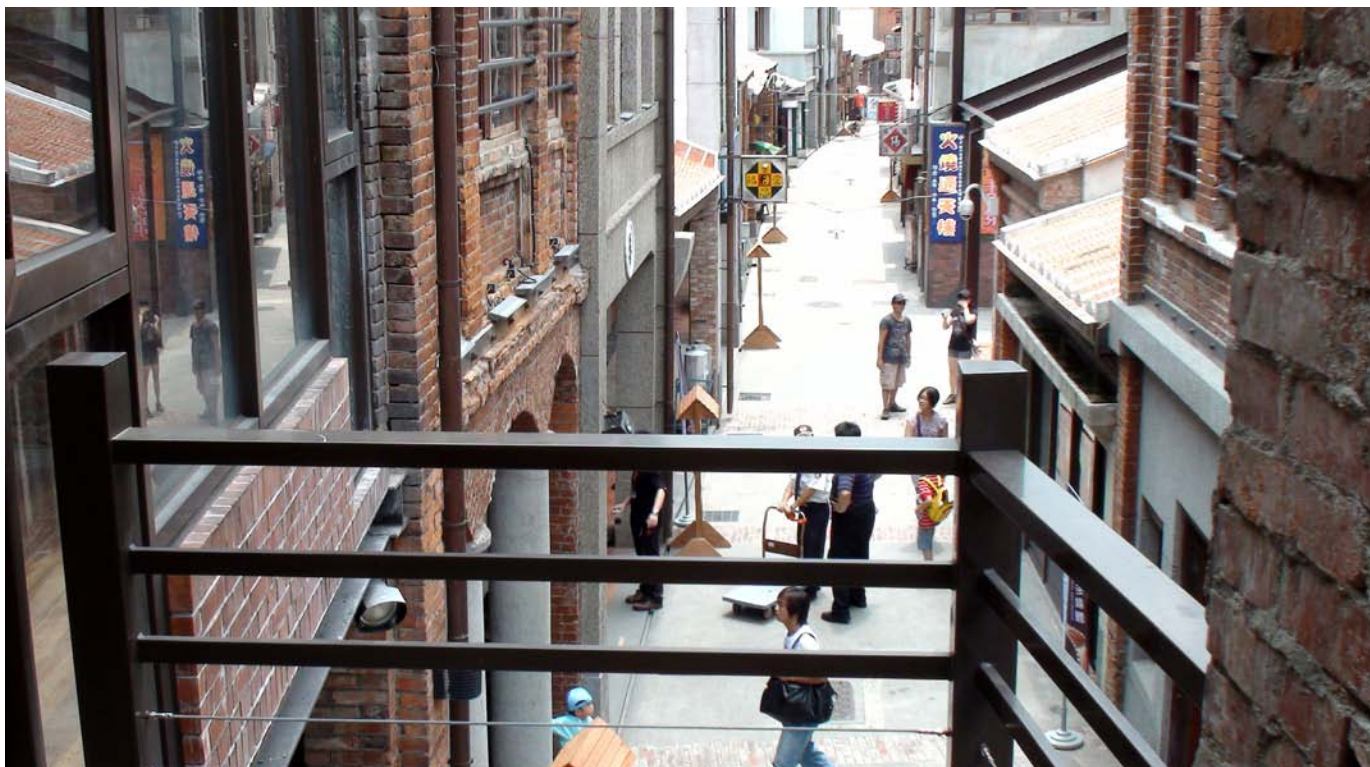


嘉惠觀眾市民

電影是城市行銷最適合的方式，臺北市百變風貌透過一部部電影讓市民看到。當你走訪萬華地區，相信腦海中浮現的是《艋舺》片中那復古的剝皮寮老街、燈籠高掛的清水祖師爺廟；臺北市電影委員會在協助《艋舺》宣傳的同時，為了讓觀眾對電影的熱愛能夠與城市地景結合，推出了「艋舺一日遊」的摺頁，引領觀眾遊覽萬華地區，並商請郝市長親自介紹萬華美食與必玩景點，讓觀眾不只「看」電影，還能又「吃」又「玩」。連兩喜號魷魚羹的老闆娘都說這部電影讓大家更認識萬華，最重要的當然是讓她生意蒸蒸日上。

行銷電影與行銷城市，觀眾與市民都是最大的受益者。

除了臺北的過去，臺北現在的面貌也深受年輕人喜愛。《一頁台北》穿梭臺北夜晚的多元面貌，讓人明白臺北是個戀愛的城市。因此，影委會協助《一頁台北》舉辦記者會，再次商請郝市長與男、女主角姚淳耀、郭采潔帶領記者走訪夜市，用創新的方法宣



▲ 剝皮寮

由郝市長和《一頁台北》電影主要演員，帶著媒體逛片中重要場景師大夜市，話題十足。



台北捷運也名列《一頁台北》的電影戀愛地圖景點之一，營運時間結束後的小南門捷運站，在拍攝當天凌晨一點，湧入五百名臨演，站務人員、駕駛加班上戲，進行全國首次全站清空讓電影拍攝使用的工程。

傳影片。電影上映後，影委會協助市府相關單位將片中的重要景點公開在台北畫刊中，景點與劇照緊密結合，讓觀眾在看完電影裡的愛情故事後，進一步在臺北市寫下屬於自己的愛情故事。



長久的努力，在國片日益成長的票房上獲得回報，每當聽說國片又引發話題、創造票房新高，當身邊的朋友開始主動詢問某部國片的上映資訊，或是停紅燈時聽到隔壁機車騎士向朋友真心推薦《艋舺》，都是影委會持續努力的振奮劑！於是又可以稍微放下手中的電話，就著咖啡興奮談論

國際大導溫德斯以《一頁台北》監製身份，與導演陳駿霖進行以「城市與電影」為主題的對談，由當時的文化局長李永萍代表致詞，表達市政府的歡迎與支持。

下一波國片的內容，然後再次敲鑼打鼓吸引大家來嚐嚐臺灣電影大餐的下一道佳餚。



	中山堂 戶外電子看板	建成圓環 戶外電子看板	進廣銘 戶外電子 看板時段	新翔頂好 戶外 電子看板	元誌 戶外電子看板 時段	中影戶外 電子看板	美麗華戶外 電子看板	記者會/ 首映映會	文化 海報筒	上映日/ 臺北票房
	●							●		7 / 31 203萬
	●		●		●					8 / 7 83萬
	●	●	●		●	●		●	●	8 / 14 493萬
										8 / 14 54萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	8 / 28 1456萬
	●	●	●		●	●			●	8 / 28 37萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	10 / 2 215萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	10 / 9 98萬
	●	●	●	●	●	●	●	●		10 / 16 53萬
	●	●	●	●	●	●	●	●		12 / 4 41萬
	9	7	8	5	8	7	5	7	5	

	影委會網站連結	市立圖書館 文宣放置(53點)	中山堂 戶外電子看板	建成圓環 戶外電子看板	進廣銘 戶外電子 看板時段	新翔頂好 戶外 電子看板	美麗華戶外 電子看板	記者會/ 首映映會	臺北電台 口播廣告	上映日/ 臺北票房
		●	●	●	●	●	●	●		2 / 5 11,631萬
		●	●	●	●	●	●	●		4 / 2 1,328萬
		●	●	●	●	●	●	●		4 / 16 123萬
		●	●	●	●	●	●	●	●	4 / 16 110萬
		●	●	●	●	●	●	●	●	4 / 30 305萬
		●	●	●	●	●	●	●	●	4 / 30 289萬
		●	●	●	●	●	●	●	●	5 / 7 139萬
		●	●	●	●	●	●	●	●	6 / 4 123萬
		●	●	●	●	業者自購	●	●	●	8 / 13 364萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	8 / 27 40萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	8 / 27 1,780萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9 / 17 358萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	10 / 1 77萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	10 / 22 77萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	10 / 22 125萬
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	10 / 29 (上映中)
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	11 / 26 (上映中)
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	11 / 26 (上映中)
	●	●	●	●	●	●	●	●	●	12 / 3 (上映中)
	●							●		12 / 10 (上映中)
	10	17	19	19	16	16	16	19	14	

行銷補助申請成果表

臺北市電影委員會提供的加碼宣傳管道眾多，通常於電影上映前三週開始協助宣傳，自二〇〇九年七月正式啟動合作行銷業務以來，已有三十部國片受益。

2009行銷補助申請成果									
電影名稱	申請公司	新聞	捷運文化海報框	捷運30秒公益時段	捷運燈箱	文化快遞廣告或露出訊息	文化快遞網站連結	市立圖書館文宣放置(53點)	
爸，你好嗎？	張作驥電影工作室有限公司		●	●		●	●		
陽陽	崗華影視傳播有限公司	●	●			●	●	●	
不能沒有你	原子映象股份有限公司	●	●	●		●	●	●	
野球孩子	前景娛樂有限公司							●	
聽說	傳影互動股份有限公司	●	●	●		●	●	●	
尋情歷險記	舊視界文化藝術公司		●	●		●	●	●	
臉	原子映象股份有限公司	●	●	●		●	●	●	
一席之地	穀得電影有限公司	●	●	●		●	●	●	
曖昧	李啟源電影有限公司	●	●	●		●	●	●	
霓虹心	威像電影有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
總計	10	7	9	8	1	9	9	9	

2010行銷補助申請成果									
電影名稱	申請公司	新聞	捷運文化海報框	捷運15秒(30秒)時段	捷運燈箱	公車候車亭海報3個	文化快遞廣告或露出訊息	文化快遞網站連結	
艋舺	紅豆製作股份有限公司	●	●	●	●		●	●	
一頁台北	原子映象股份有限公司		●	●	●	●	●	●	
獵豔	威像電影有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
小丑魚	吉羊數位電影有限公司		●	●	●			●	
乘著光影旅行	有得電影有限公司		●	●	●		●	●	
一閃一閃亮晶晶	雨龍三景影視製作有限公司							●	
台北星期天	穀得電影有限公司		●	●	●	●	●		
有一天	穀得電影有限公司	●	●	●	●	●	●		
近在咫尺	博偉電影股份有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
實習大明星	大夏數位傳播有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
父後七日	蔓菲聯爾創意製作有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
酷馬	稻田電影工作室有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
街舞狂潮	財團法人蔣見美教授文教基金會 視納華仁台北分會		●	●			●	●	
阿輝的女兒	辛建宗電影製作有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
第四張畫	甜蜜生活製作有限公司		●	●	●	●	●	●	
當愛來的時候	張作驥電影工作室有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
被遺忘的時光	後場音像紀錄工作室 有限公司		●	●		●	●	●	
初戀風暴	鼎立娛樂有限公司			●	●		●		
茱麗葉	崗華影視傳播有限公司	●	●	●	●	●	●	●	
我，19歲	鼎立娛樂有限公司					●	●	●	
總計	20	10	17	18	16	14	18	17	

Production Concessionary Card

製片優惠卡 降低成本



02

大多數的影視工作者都會同意，臺灣影視拍攝的工作條件，不論工資、工作環境的品質，甚至創意，一切都在微薄的預算中壓縮，能將影片拍完已是萬幸，其他環節只能要求達到最基本程度，不敢再有其他奢望。

深入瞭解國內影視產業現況，臺北市電影委員會體認到，雖然製作預算無法立即提高，卻可以從降低成本著手，達到提昇製片品質的目標；節省下來的經費也能挪作其他用途，例如行銷、印製拷貝、特效、宣傳等等。於是影委會從劇組最基本的生活需求著手，從減少食、衣、住、行的花費開始做起，「製片優惠卡」因此誕生。

臺北市電影委員會在二〇一〇年三月正式推出「製片優惠卡」，囊括便當店、餐廳、飯店、旅館、洗衣店、租車公司、造型設計等等與基本生活層面相關的店家，每個廠商都是在「為國內影視產業盡一份心力」的熱忱推動下，加入「製片優惠卡」行列；他們依據自身的能力，提供最優惠的價格予所有來臺北市拍片的



▶ 2010年3月30日的製片優惠卡簽約記者會，由郝龍斌市長親自宣布啟用並舉行簽約儀式，現場出席的廠商代表計二十家，都對製片優惠卡的啟用懷抱深切期待，也希望能夠促進影視產業盡微薄之力。

影視團隊。

現在，只要在臺北市拍片，都可以向影委會申請「製片優惠卡」，持卡到特約商家消費，會享有最優良的品質、最實在的優惠，幫助製作單位降低製作成本。藉由「製片優惠卡」的普及，不但能幫助本地影視團隊，還能吸引國外劇組到臺北取景、拍攝，進而帶動周邊相關產業發展，更能透過影視作品，將臺北市行銷出去。

Participating vendors of the Production Concessionary Card / Participating participants of Production Concessionary Card	
RESTAURANTS	<ul style="list-style-type: none"> 1. 大龍 大龍酒家 (Dalong Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 2. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 3. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 4. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 5. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 6. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 7. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 8. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 9. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 10. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234
HOTEL	<ul style="list-style-type: none"> 1. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 2. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 3. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 4. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 5. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 6. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 7. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 8. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 9. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234 10. 龍城 龍城酒家 (Longcheng Restaurant) - 104, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei City, Taiwan. Tel: 2709-1234



▲▶ 影委會除了在官網列出簽約優惠廠商名單並隨時更新，也印製了製片優惠卡的說明摺頁方便隨身攜帶瀏覽，摺頁分中英、英法兩種版本，搭配地圖，詳列合作廠商名單與通訊資料，以及製片優惠卡相關申請與使用辦法。

..... NUMBERS

🎬 ●優惠商家幾多少？●

截至2010年11月底，製片優惠卡的合作商家據點共有93個，包括食：21個，衣：23個，住：24個，行：5個，其他：20個。

..... STORY

🎬 ●我們也要加入優惠商家！●

在洽談合作商家的過程中，常常會遇到很熱心的店家，也出現許多有趣巧合。「製片優惠卡」承辦人前去飯店洽談合作時，發現窗口林小姐正是《海角七號》戲裡飾演老郵差「茂伯」林宗仁的女兒。當她接著細看影委會製作的優惠商家摺頁時，赫然發現泰軒國際集團旗下的泰式料理餐廳也在名單上：「那是我姊夫開的！既然他們跟你們合作，那我們一定也要跟你們合作！」合作商家帶著一份共襄盛舉的心情，希望出一己之力，提供更好的製片環境，共同推動臺北市的影視及觀光。

..... STORY

🎬 ●熱心廠商，劇組謝謝您！●



泰國電視劇《永恆的火焰》來台拍攝一九七〇年代的場景，碰巧遇到「2010臺北自行車展」，全臺北市的飯店幾乎都客滿。劇組需要的房間數多達二十間，而且預算有限，又希望都住在一起，想要找到符合條件的住宿地點簡直難上加難。還好臺北美系列飯店集團熱心幫忙，在有限的時間壓力及客滿的狀況下，緊急提供當時剛完工的全新會館「昆美飯店」的房間，搭配宣美飯店的空房，方能在短短幾天中為泰國劇組所有工作人員找到適合的臨時的家。



▲德國電視電影《The Chinese Man》，劇組不但下榻於圓山飯店，更在飯店內取景拍攝，並得到業者全力支援。

「製片優惠卡」實施以來，最成功的案例要屬二〇一〇年夏天遠從德國前來拍攝的《The Chinese Man》劇組，由於來自德國的劇組人員多達二十人，還有臺灣劇組三十人，拍攝期長達一個月，未在先轟動，上演一場大飯店商戰。然而，拍攝團隊來臺期間，適逢歐元大幅貶值，劇組拍攝預算大幅縮水，「製片優惠卡」在此刻發揮最大功用，協助劇組省去許多議價和找尋廠商的時間，劇組人員下榻的圓山大飯店更不遺餘力提供各項服務，不論是住房優惠，或是出借場地，皆讓德國劇組對商家與影委會及相關單位的支援刮目相看，全劇也在預定的時間及預算內達成拍攝目標。

Human Resources

人才為先



03

影視王國的建立，必須有強壯的地基，而地基的組成，靠的是影視產業不可或缺各種專業人才。臺北市電影委員會自二〇〇八年成立以來，致力於培育人才的目標。扣緊世界影壇趨勢脈動，以及臺灣影視產業的需求，從製片、市場、行銷、協拍、創作、表演等面向切入，強調與國際接軌，迄今共舉辦了四場座談會、三場論壇、四場工作坊。希望散播的人才種子可以逐漸開枝散葉，健全國內影視產業的製作環境。

另外，鑑於好劇本是影視作品的靈魂，影委會除了在二〇一〇年四月舉辦編劇工作坊，更早在二〇〇八年九月便舉辦「順著景點一路拍」電影劇本徵選比賽，聘請專業評審，選出能發揮臺北市在地特色的創意劇本。第一屆比賽由侯季然導演的《南方小羊牧場》奪得劇本首獎，該電影製作案後續也入選二〇一〇年金馬創投名單。二〇一〇年第二屆比賽的收件數量，比第一屆增加了逾兩成，顯示有更多的編劇人才投入對臺北城市的想像，最後由李志薈與蔡銀娟共同創作的《你現在在哪？》榮獲首獎。



▲ 2009年7月9日，影委會在「城市論壇：國際合製片的優惠策略與市場行銷」探討電影製作面臨的國際挑戰，邀請多位華語電影界重量級人物暢談現況與機會，台下聆聽的影界人士也把握機會，努力記筆記、頻頻發問。



▲ 2008年6月28日，影委會舉辦「華語電影與國際影壇接軌的挑戰」座談會，邀請臺港兩地具備國際經驗的影人，包括導演、製片、美術指導、演員等，親身傳授走入國際的經驗。

●他們拍臺北●



▲透過影委會的合作行銷機制，電影《有一天》的海報在公車候車亭露出。

侯季然說：「拍《有一天》這部片有種命運交錯的感覺」。這是個很多人參與的團隊，在很有限的預算下，用誠意感動很多人，他認為，很多事不能等到萬事俱備才投入，作為導演，更應首當其衝地投入。從一開始拍攝只有兩百萬台幣的經費，到參加柏林影展時，因拿到一些補助才得以將片子從數位轉成拷貝，另外無論在拍攝或行銷、宣傳、發行等過程，也都受到北高兩市以及新聞局的協助，讓侯季然感到，公務系統不但出錢，也出力，這種全臺有種對拍片友善的想法，讓他很感動。



接著下一部作品則是以臺北市南陽街為背景的《南方小羊牧場》*，

他想要讓南陽街像《艋舺》一樣，把整個電影場景搭建起來來拍這部青春愛情喜劇。他說，所有來過南陽街補習的人，都是為了期許自己變成「甚麼樣」的人，讓他很想將這段青春記憶保留下來。

——節錄自《有一天》導演侯季然專訪，中文電子報第十八期2010/06/20。

*《南方小羊牧場》為影委會第一屆「順著景點一路拍」電影劇本競賽首獎作品。

●寫出臺北市的故事●

「順著景點一路拍」電影劇本徵選比賽，2008年第一屆的報名件數為56件，包括3件非本國籍的參賽劇本（中國1件、香港1件、美國1件）。2010年第二屆報名件數為70件，其中有4件非本國籍參賽劇本（中國1件、新加坡1件、美國1件、緬甸1件）。



▲警消人員是支援劇組拍攝的幕後英雄，為了讓他們更瞭解專業影視製作的需求，以及他們所扮演的角色，影委會特別在2009年4月舉辦工作坊，邀請王小棣導演、鈕承澤導演、演員陳佳穗擔任講師，透過實際的交流與互動，希望有助於未來協助拍攝的勤務更加順暢。



▲影視雙語製片人才培訓班學員，從文化局謝小韜局長手中開心接過結業證書，也令人期待臺灣影視產業又多一名製片生力軍。



▲2008年「華語電影與國際影壇接軌的挑戰」座談會。



▲影委會總監饒紫娟主持影視雙語製片人才培訓班始業式。



▲電影表演研習營的學員們專心聆聽許傑輝老師授課。

參與人次	與談人／講師	說明
65	1.侯孝賢／導演 2.董韻詩／監製 3.朱鎮安／香港拾月堂公司監製 4.黃文英／臺灣電影文化協會理事長 5.胡婷婷／新銳女星	邀請臺灣兩地具備國際經驗的影人，親身傳授走入國際的經驗，並討論兩岸三地拍片環境。
150	1.何永霖／Cubix Kosmic Pte 公司執行副總裁 2.董韻詩／監製 3.劉雲／新聞局輔導金查核人員 4.侯孝賢／導演 5.魏德聖／導演	為2008臺灣國際影視博覽會「臺灣電影館」的子論壇，從製作角度談華語電影的前景。
60	1.王小隸／導演 2.鈕承澤／紅豆製作股份有限公司負責人 3.陳佳樺／演員	針對警察消防同仁開課，引領其認識專業影視製作的拍攝作業與需求，瞭解警消人員在協拍所扮演的角色，以俾未來協助拍攝工作更加順暢。有90%人員對課程安排感到滿意，也更願意支援拍片勤務。
70	1.黃磊／北京電影學院表演專學教師 2.許傑輝／知名電影、電視、劇場演員 3.謝良欣／如魚得水電影公司演藝教學總監 4.陸麗容／《刺青》演員表演訓練老師 5.敖君怡／君怡工作室負責人	訓練新一代的電影表演工作者，分為專業進修班提供給線上表演者，以及基礎入門班開放給對演藝事業有興趣的年輕人。包括林依晨、曾寶儀、沈建宏、林涵、王柏傑、賴雅妍、陳楚河、潘慧如、許安安等線上藝人都參加課程。
120	議題1：國際城市推廣電影的優惠策略 1.朴耕必／韓國KOFIC委員會諮詢委員 2.馮永／香港電影發展局秘書長 3.陳志寬／新聞局電影處處長 4.李永萍／臺北市文化局局長	介紹探討亞洲地區合作拍片製作的最新政策、獎勵計畫及其他支援。
120	議題2：華語合作製片之電影行銷策略 1.江志強／香港安樂影片總裁 2.施南生／香港電影工作室執行董事 3.于冬／北京保利博納電影公司總裁 4.朱延平／臺北片商公會理事長 5.侯孝賢／臺北電影節主席	探討華語電影中獨立與合力製片在華語地區的銷售平台與行銷宣傳策略。
240	李崗／導演	亞太影展走入各大學院校進行巡迴影展，並舉辦校園導演講座，讓相關學系的學生能有機會和專業導演互動，分享經驗，學習到更多關於電影的資訊。
14	1.饒紫娟／臺北市電影委員會總監 2.涂庭宣／臺北市電影委員會勘景經理 3.李崗／製片、導演、編劇 4.葉如芬／製片 5.陳慧翎／導演 6.林書宇／導演、編劇 7.李亞梅／製片 8.李耀華／製片 9.徐志怡／製片 10.楊秀玉／臺北市文化局第三科科長 11.吳洛纓／導演、編劇 12.李祐寧／製片、導演 13.安哲毅／美術設計 14.許仁豪／製片 15.黃志明／製片 16.李竹君／製片 17.廖慶松／剪接、製片、導演	以培養雙語能力製片為目標所舉辦的短期培訓課程，參訓學員需先通過筆試、面試篩選。課程共有十五堂講習、四堂參訪。廣納影視製作的各個專業層面，邀請頂尖講師親授經驗。學員來自各行各業，對電影產業充滿熱誠，培訓期間已有不少製片公司打聽或表達延攬學員的意願。
20	1.王小隸／導演 2.田開良／編導 3.林見坪／導演 4.陳宏一／紅色製作公司負責人 5.樓一安／編導 6.傅天余／編導	學員皆為大學與研究所學生，以小班教學方式進行五天課程。透過師資引導，於結訓時皆有完整且可輔以分鏡圖、背景音樂等專業級作品呈現。
340	1.Ryuji Enokida／橫濱學生電影節主持人 2.李烈／影一製作所負責人 3.吳念真／吳念真影像文化事業董事長 4.陳鴻元／得藝國際媒體發行部總經理	以深度探索臺灣電影趨勢為走向，選定「國片春萌」為主題，舉辦四場講座，邀請國內、外電影產業相關人士分享看法。
38	李烈／影一製作所負責人	邀請李烈暢談2010年票房出色的《艋舺》，如何將文化創意產業結合城市行銷。
36	1.王啟煌／遊戲橘子數位科技股份有限公司執行長特助 2.朱延平／臺北市片商公會理事長 3.吳怡芬／福茂唱片總監 4.沈時華／臺灣時華製作公司董事長 5.焦雄屏／財團中華民國電影事業發展基金會董事 6.黃黎明／稻田電影工作室製片 7.雷金崇／利達數位影音科技股份有限公司製片部經理 8.劉璋慈／星勢力娛樂股份有限公司總經理 9.鄧橋／數位內容創意產業發展聯盟副會長	探討國內文創產業及影視政策的最新發展現況，分享結合數位科技行銷的實例，並分析文創產業在跨界行銷的競爭力與未來發展性。

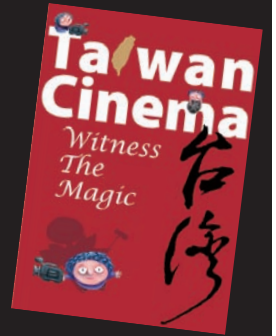
歷年座談、論壇、工作坊一覽表

影委會舉辦的人才培育活動類型多元。針對第一線的導演、製片、政府人士、相關從業人員辦理各式各樣的論壇、座談，邀請國際知名的代表人物直接闡述電影市場與製作的脈動，讓臺灣影人瞭解國際間的市場情形、相關政策。為了培訓新秀，也針對劇本、製片、演員培訓、相關配合單位辦理專業而完整的訓練課程，像個園丁一樣播種灌溉，期盼有朝一日，這些種子可以散枝佈葉，更加豐富國內影視產業的製作環境。臺北市電影委員會除了把握影視產業的現在，更放眼長遠的未來。

年度	活動形式	活動名稱	活動時間	活動地點
2008	座談會	華語電影與國際影壇接軌的挑戰	2008.06.28 1400-1700	學學文創志業大樓
	座談會	跨越世紀電影夢想	2008.11.06-07 1000-1600	臺北世貿三館
2009	工作坊	臺北市警消協助電影拍攝工作坊	2009.04.30-05.01	臺北國際藝術村
	工作坊	電影表演研習營	2009.09.13-09.20	臺灣電影中心
	論壇	臺北電影節城市論壇	2009.07.09 1000-1630	學學文創志業大樓
	論壇	亞太影展專業導演講座	2009.12.11、2009.12.15 1600-1800	臺灣師範大學 朝陽科技大學
2010	工作坊	影視雙語製片人才培訓班	2010.02.24-03.31	臺北市電影委員會
	工作坊	影視人才工作坊— 2010年編劇工作坊	2010.04.12、04.19、 04.26、05.03、05.09	國立臺灣藝術大學
	論壇	國片產業趨勢講座	2010.04.27、05.04、 05.11、05.13	國立臺灣藝術大學
	座談會	卓越文化大師講座	2010.06.05 1400-1630	國立臺北教育大學
	座談會	影視跨界行銷的整合與策略	2010.10.30 1400-1700	國賓飯店



#03



➡ ➡ ➡ 身為首

都的電影委員會，加上臺灣絕大多數影視產業上中下游公司設於此地，臺北市電影委員會的工作格局和條件，硬是理直氣壯地跟一般地方城市不同。

基於對國內影視產業的深度瞭解與關切，影委會明白，國片再怎麼回春，臺灣的影視人口其實不足以撐起市場，唯有利用臺灣在華語電影創意、自由與多元化的優勢，發展跨國合作製片，向外發展進入國際市場，才是長遠的活路。這也是為什麼臺北市電影委員會在成立之初，便把「協助國片及跨國合製影片」列入四大工作目標之一。

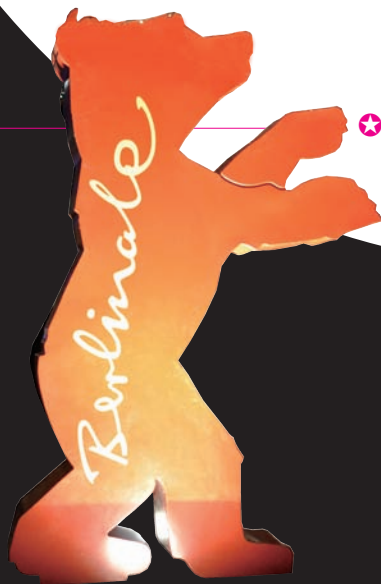
不過，做為首善之都的電影委員會，國際業務的目標是什麼呢？發展的重點在哪裡？對國內影視產業的責任又是什麼？

挾先天優勢，臺北市電影委員會擁有最好的條件協助國內、外拍攝團隊，以及洽談跨國合作；而且影委會對國片的協助不限於協拍，還包括協助影片宣傳，甚至把片商帶到國際市場上。簡言之，臺北市影委會的國際開發業務要達成的，就是把國片帶出去，把國際劇組帶進來，讓臺北市成為臺灣最直接的影視窗口，進而透過影視作品，提高城市與國家的國際能見度。

為了達成目標，影委會在執行所有業務時，莫不同步考量如何有助於與國際接軌。從二〇〇九年，影委會投入不成比例的人力、物力，承辦行政院新聞局委託的國際影展參展案，參加柏林、香港、坎城、釜山、東京等五個重要影展／市場展，希望藉此落實以下重點任務：1.行銷臺灣電影；2.秀出臺北市電影後製技術實力；3.宣傳臺灣及臺北市電影拍攝景點；4.促進國際合作製片。

除了在各國際影展持續互動交流，臺北市電影委員會也相當重視與國際社群組織的連結，透過各個城市影委會之間的締盟，進行專業與人才的交流互動，力求與國際影視脈動同步俱進。二〇〇八年十月，影委會成為國際城市委員會組織「亞洲電影委員會聯盟」(Asia Film Commission Network, AFCNet) 的新成員，每年並參加年度大會；二〇一〇年九月和法國大巴黎電影委員會 (La Commission du Film d'Ile de France) 簽約，成為第一個非歐洲城市的合作夥伴。

★ International Development





Promoting Taiwan Cinema on World Stage

國際開發

亮相！
在全世界



Participation in International Affairs

歷年參與國際性活動要項



▲ 臺北市電影委員會於2008年加入亞洲電影委員會聯盟，影委會總監饒紫娟並於釜山舉行的聯盟年會中發表演說。



臺北市電影委員會國際開發業務大致分為兩大面向，一是國際協拍，另一是國際參與。國際參與以繁忙又精彩的影展攤位辦理為主，是國際開發業務的重頭戲。

在國際協拍方面，主要扮演協拍作業前端流程的溝通橋樑。每當有國外劇組向影委會洽詢各項服務，負責國際業務的工作人員就是第一線的連絡窗口，主要協助項目包括彙整劇本、導演及製片簡介、製片公司背景、來臺勘景時間、場勘詳細需求和任何其他個案的問題，將前端的聯繫與溝通作業統整就緒，才將申請個案轉交給影委會協拍人員處理實際的協拍需求，前端作業越仔細，越能幫助中、後端的勘景及拍攝工作順利進行。

在國際參與方面，積極開拓國際格局的臺北市電影委員會，翻開國際業務的行事曆，基本上跟著國際大型影展的時間表趴趴走：二月柏林、三月香港、五月坎城、十月釜山與東京。三年來接受新聞局委託與自行考察觀摩，



▲ 2009坎城電影市場展臺灣電影館攤位。



▲ 2009釜山影展期間的BIFCOM攤位，臺北市電影委員會是以自己的名義參展，行銷臺北市的影視服務和景點。



▲ 2010東京影展「台灣特集」開幕記者會上，出席的電影人代表與前新聞局電影處陳志寬處長及臺北市文化局謝小韜局長合影。左起為：阮經天、徐若瑄、鈕承澤、前新聞局電影處處長陳志寬、趙又廷、臺北市文化局局長謝小韜、李烈、張鈞甯。



◀ 2010坎城電影市場展臺灣電影館攤位，影委會別出心裁地從臺灣運去國內研發的單車做為宣傳工具。

▼ 2009釜山亞洲電影市場展，飯店房間就是參展攤位所在。

2008

／10 韓國釜山影展

- ▶ 參加釜山國際電影委員會與電影工業展（BIFCOM）設攤。
- ▶ 參加亞太電影政策論壇。
- ▶ 接受亞洲電影委員會聯盟新任會員國認證，參加年會。

／10 日本東京影展

- ▶ 考察東京影展市場展（TIFFCOM）各國參展攤位，宣傳臺北市之景點與製片優惠措施。

／11 臺北影視節

- ▶ 承辦參展的臺灣電影館。

2009

／03 香港國際影視展

- ▶ 參加電影市場展，並承辦臺灣之夜酒會。

／05 法國坎城影展

- ▶ 參加電影市場展，並承辦臺灣之夜酒會。

／09 臺北電視節

- ▶ 承辦「影視基地」單元；設攤宣傳臺北市景點及協拍成果。

／10 韓國釜山影展

- ▶ 參加亞洲電影市場展，並承辦臺灣之夜酒會。
- ▶ 參加BIFCOM設攤。
- ▶ 於亞太電影政策論壇發表演講。
- ▶ 出席亞洲電影委員會聯盟年會。

2010

／02 德國柏林影展

- ▶ 參加歐洲電影市場展，並承辦臺灣之夜酒會。

／03 香港國際影視展

- ▶ 參加電影市場展，並承辦臺灣之夜酒會。

／05 法國坎城影展

- ▶ 參加電影市場展，並承辦臺灣之夜酒會。
- ▶ 出席大巴黎電影委員會與臺北市電影委員會的雙城合作雞尾酒會。

／09

- ▶ 於臺北市舉辦與大巴黎電影委員會簽約典禮。
- ▶ 於臺北電視節設攤宣傳臺北市景點及協拍成果。

／10 韓國釜山影展

- ▶ 參加亞洲電影市場展，並承辦臺灣之夜酒會。
- ▶ 參加BIFCOM設攤。
- ▶ 參加亞太電影政策論壇。
- ▶ 出席亞洲電影委員會聯盟年會。

／10 日本東京影展

- ▶ 於亞洲之風單元合辦「台灣特集：台灣電影復興2010—美麗新世代」，並承辦臺灣之夜酒會。



▲ 2010香港電影市場展臺灣電影館攤位。

迄今已經參與過十次國際影展與電影市場展，三次國際電影聯盟年會。除此之外，還曾二度參與在國內舉辦的臺北影視節及電視節。

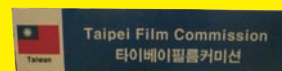


▲ 2010柏林歐洲電影市場展臺灣電影館攤位。

Connection to International Organizations

國際組織串連

▶ 大巴黎電影委員會特別選在2010年5月的坎城影展期間，對媒體宣佈與臺北市電影委員會簽訂合作協定的消息，前副市長李永萍特別飛往坎城，出席此意義重大的媒體酒會。左起依序為：前副市長李永萍、大巴黎地區副主席Julien Dray、駐法大使呂慶龍、大巴黎電影委員會總監Olivier-René Veillon。



▲臺北市電影委員會於成立後的第一年，即積極參與國際電影活動，2008年首度在釜山BIFCOM參展亮相。



不絕的電影創造力。

的《臉》，至今還是法國奧塞美術館與羅浮宮唯一與電影合作的特例。雖然相對而言，北市影委會的資歷與規模都小了許多，但這項合作關係跟市場大小及兩地拍片量無關，而是奠基於「彼此欣賞」兩地源源

參與國際性的電影委員會社群，是影委會開發國際業務的重點之一。透過組織連結，不但有助於建立實質交流，掌握各國最新電影趨勢，同時可以學習觀摩其他電影委員會推動跨國製片的務實做法。

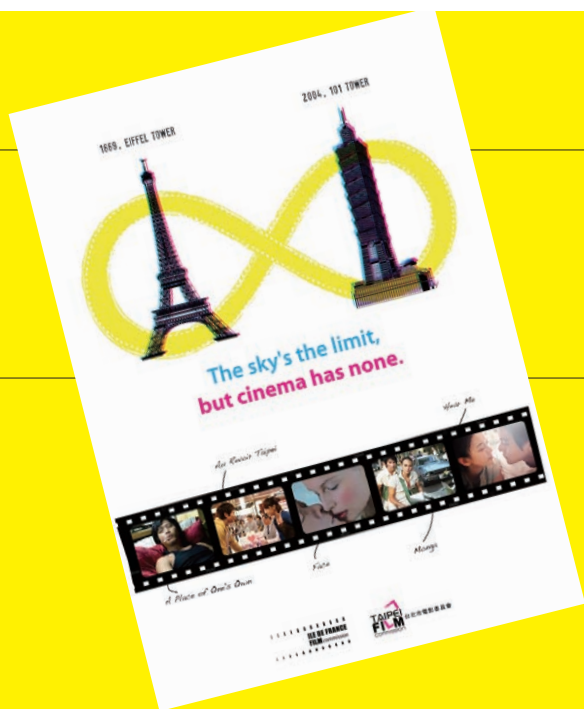
影委會於二〇〇八年經亞洲電影委員會聯盟（Asian Film Commission Network，簡稱AFCNet）認證成為正式會員，

每年皆出席年度大會。該聯盟為亞洲各電影委員會的區域性合作聯盟，目的在彼此提供拍片協助，交換協拍經驗，自二〇〇一年起已吸引十五國、共四十個正式會員。各會員國不僅於年會上報告過去一年電影概況，方便會員掌握亞洲區域最新電影動態，聯盟亦成為亞洲製片交流平台，例如在二〇〇八年會期間，札幌與釜山兩地的影委會，便就專業人員訓練、製作與發行部分簽訂

合作備忘錄。

二〇一〇年九月是國際開發業務的大突破！在歐洲影展舉足輕重的大巴黎電影委員會與臺北市電影委員會正式簽訂雙邊合作協定，前者並率先於五月的坎城影展期間，在坎城舉辦雞尾酒會，向全世界媒體慎重宣佈此一合作消息。法國影壇及觀眾很早便是臺灣電影的知音，侯孝賢導演的《紅氣球》與蔡明亮導演的

▲在AFC Net於釜山舉行的2008年會上，臺北市電影委員會總監饒紫娟從年會主席手中接受會員認證證書，宣告影委會正式成為AFC Net一員。



▼ 大巴黎與臺北市兩個影委會，在臺北與法國在臺協會共同合辦「巴黎數位電影特效座談會」，出席的臺北、巴黎雙方代表，左起依序為：大巴黎電影委員會總監Olivier-René Veillon、北市影委會總監饒紫娟、法國在臺協會學術合作與文化處處長金默言（Christophe Gigaudaut）、大巴黎區議會文化事務副議長顧問Nathalie Fortis、巴黎Mac Guff動畫公司製片Arnaud Boulard、大巴黎電影委員會行銷經理Yann Marchet、法國在臺協會媒體事務專員黃名振（Loic Wong）。



蔡明亮導演的《臉》，臺法雙方都參與協拍工作，未來也將以此合作為基礎，繼續推廣共同製片拍攝的計畫，並以定期、計畫性的合作方式，提供兩地電影工作者深度交流的機會。透過大巴黎影委會在歐洲既有的脈絡管道，臺北市電影委員會日後也有機會為臺灣的新生代導演、編劇及演員，爭取到更大的國際舞台及曝光機會，期待讓更多喜歡好電影的歐洲觀眾，認識臺灣電影。

◀ 2010年9月1日，大巴黎電影委員會總監Olivier-René Veillon親臨臺北市，與前副市長李永萍完成雙城正式簽約儀式，現場出席的臺法貴賓和臺灣電影界人士多達三、四百人，顯示出對雙城合作的熱切期待。

Participation in International Film Festivals

國際影展 不缺席



由新聞局委託的國際影展參展案，大部分性質屬於電影市場展，參展影片類型涵蓋劇情長片、短片、紀錄片、拍攝企畫

進跨國合製電影的重責大任。

國際影展與電影市場展，是各國電影人士交流的專業平台，也是秀自己的形象場合。臺北市電影委員承辦規劃的攤位，既是國內參展電影人聯絡與聚會的據點，又是面對國際影界人士洽詢與互動的第一線，很自然地便扛起促

案、動畫等。影委會的承辦重點通常包含三大項：造勢的行前記者會，展期間的臺灣電影館攤位，以及臺灣之夜影視酒會（Taiwan Night Party）。從籌備

到佈展、撤展，其中涉及無數小細節，大自國內片商徵展、國外媒宣安排、攤位佈置及酒會邀請

貴賓、流程設計、餐點規劃等等，小至特色伴手禮、大量出版品與輸出物的寄送安排，環環相扣。每次出差國外執行展務的影委會工作人員為一至四人不等。



▲出國參展的行前記者會屬於影委會承辦項目之一，圖為2009坎城影展暨電影市場展行前記者會，電影人（左起）陸奕靜、李康生、李烈、蔡明亮、何蔚庭、鈕承澤均出席造勢。



▶致贈給貴賓的影視宣傳資料袋，在參展籌備作業中要一併考量，除了實用、完備、方便，還要兼具質感、特色，任何小細節都代表臺灣館的形象。



3 ▲影委會為臺灣電影館2009年在坎城的活動，於國際知名電影媒體《The Hollywood Reporter》和《Variety》上進行宣傳，行銷參展影片、臺灣導演、臺灣最新跨國合作電影政策，以及臺灣之夜影視酒會等。

2 ▲2010年於坎城電影市場展舉辦的臺灣之夜酒會，特意到坎城作宣傳的《酷馬》導演王小棣（左起）、編劇黃黎明和主要演員鄭靚歆、黃遠、藍正龍是酒會貴賓。

1 ▲2009年於釜山亞洲電影市場展舉辦的臺灣之夜影視酒會，影委會發揮場地佈置創意，將自然綠意搬進會場，酒會也一如預期成功。

●小點心大費心●

參加國外大型影展／市場展，國際格局與國家的在地化特色必須兼容並蓄，參展各國無不費盡心思，力求展現令人難忘的獨特風格，花在來賓飲饌的苦心絲毫不下於展館佈置。

2009年坎城電影市場展，影委會爭取到廠商贊助太陽餅，做為攤位和酒會的小點心。由於法國在食品類運送方面管制相當嚴格，影委會工作人員即使負擔超重的行李費和沉沉的重量，也親自隨機帶往法國，確保每位賓客都能享用到臺灣名產，希望在坎城的臺灣之夜展現特殊的道地風味。果然，這份用心獲得賓客高度肯定，李安導演甚至連站在舞台上都還把遠渡重洋的太陽餅握在手裡。

2010年坎城市場展的特色小點心，主打臺灣電影牌——由知名電影人蔡明亮、李康生、陸奕靜合夥經營的「蔡李陸商號」，輸出咖啡與手工餅乾。咖啡、餅乾聽起來不稀奇，但出自享譽國際的臺灣名導之手就別具意義了。蔡明亮導演這回把創意從電影轉向點心，特別花了三天三夜時間，為影展研發了「坎城堅果咖啡脆餅」，供國內外參展影人品嚐，一級棒的導演不負眾望創作出一級棒的貼心好味。

◀ 蔡明亮親自研發的手工餅乾和咖啡，是別國的展館和酒會嘗不到的「導演牌」點心。

▶ 臺灣家鄉味道的太陽餅，甜了酒會貴賓的口，更暖了導演李安的心，在2009坎城臺灣之夜酒會上，連在舞台拍照時都還拿在左手裡。



> Internationale Filmfestspiele Berlin

放棄了農曆新年假期的影委會工作團隊，必須在天寒地凍的氣候

在影展期間舉行的歐洲電影市場展 (European Film Market)，為期九天，是非常重要的全球電影版權交易市場。以影委會參展的二〇一〇年為例，有來自五十個國家的四一九個攤位，超過一千三百位買家分別從六十二個國家前來。近六千五百位電影專業人士在此瀏覽各式各樣的電影製作案，形成活絡的交流平台。

一九九三年李安的《喜宴》拿下金熊獎開始，臺灣電影從來沒有在柏林缺席。二月的時間點，也讓所有前來柏林的影片團隊，在冰天雪地裡見證柏林觀眾對電影的熱情。

柏林 影展

每年二月的柏林影展雖然比不上坎城影展的華麗熱鬧，卻是臺灣電影重要的國際舞台。從



▲入選2010柏林影展電影大觀單元的《艋舺》，演員阮經天和趙又廷也出席臺灣之夜酒會。



▲影委會承辦的2010柏林影展臺灣影視酒會，現場熱鬧非凡，成龍也毫無預告地現身會場支持，臺灣之夜在兩岸三地電影人心目中的人氣地位，不言而喻。

● 柏林影展 Internationale Filmfestspiele Berlin

▼ 柏林影展的市場展分散在幾個不同地點，影委會承辦的歐洲電影市場展臺灣電影館攤位，成了所有臺灣參展片商的聚會點。



簡稱為Berlinale的柏林影展，和坎城影展、威尼斯影展並列為國際三大影展，也是世界四大藝術電影展之一（加上俄國莫斯科影展）。

柏林影展始於1951年，主要競賽項目獎項為金熊獎、銀熊獎。金熊獎是最高榮譽象徵，李安即曾以《喜宴》一片，抱回1993年最佳電影金熊獎，為臺灣首度獲此殊榮的導演。銀熊獎則有最佳導演、最佳男女主角等項目，林正盛在2001年便以《愛你愛我》奪得最佳導演銀熊獎榮耀；蔡明亮亦曾以《河流》、《天邊一朵雲》，於1997年、2005年分別贏得評審團銀熊獎與傑出藝術貢獻銀熊獎。

柏林影展為了讓更多不同類型電影齊聚交流，特別設立青少年電影競賽單元，頒發水晶熊獎，評審委員均為兒童及青少年觀眾。一向自詡為「自由之窗」的柏林影展，還別具巧思，為同志電影設立泰迪熊獎。2007年周美玲導演以《刺青》一片，成為首次贏得該獎項的臺灣電影。

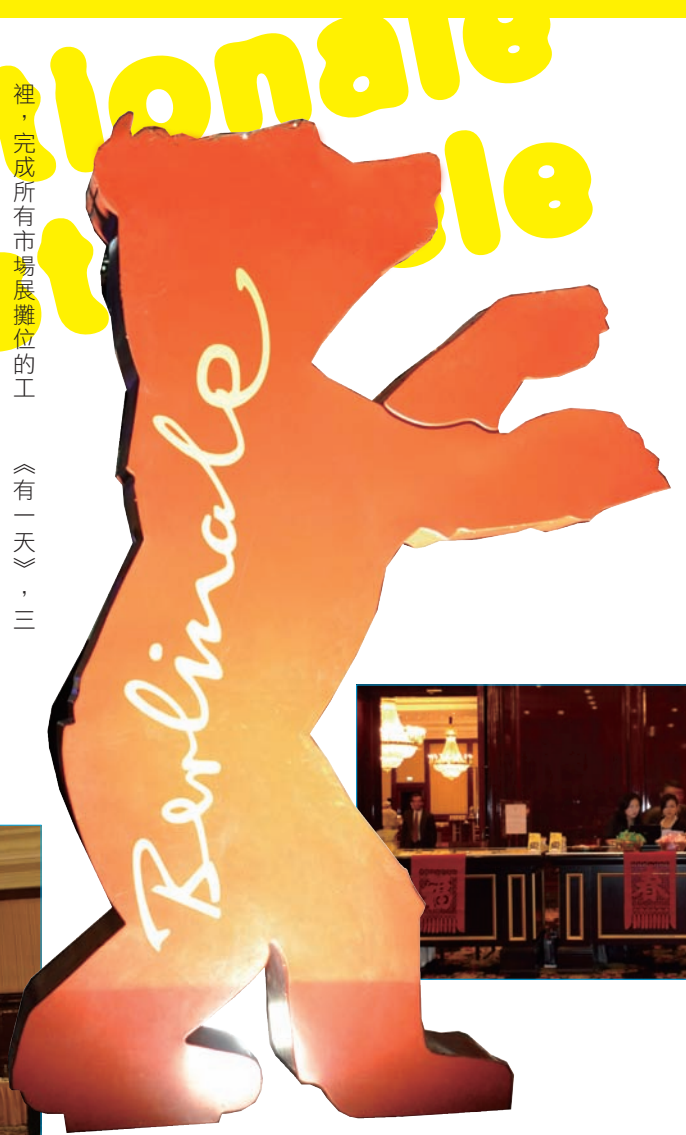
裡，完成所有市場展攤位的工作。柏林的市場展分散在幾個不同地點，影委會的攤位理所當然成了所有臺灣片商聯絡與集會的定點，讓這些為了電影走天下的臺灣電影人，感受到一絲齊聚柏林過年的溫暖。

不過，當一切安排就緒，終於可以好好坐下來吃頓年夜飯的時候，所有餐館早就收攤了，唯一的選擇是啤酒館裡加冰塊與不加冰塊的啤酒……

真正的溫暖來自電影。二〇一〇年臺灣有三部電影入選柏林影展——《一頁台北》、《艋舺》和

《有一天》，三者分別捕捉了不同的臺北城市景象。

先是陳駿霖的《一頁臺北》。這部由德國大導演溫德斯（Wim Wenders）擔任監製的電影，是陳駿霖的第一部劇情長片，倍受影展各國媒體的注目，大家無不好奇，能讓溫德斯親自出馬助陣的新人導演，到底是何方神聖。放映前一票難求更說明了觀眾們的期待。《一頁臺北》全程在臺北拍攝，臺北市電影委員會全力支持協拍，看到電影院裡座無虛席，觀眾們隨著劇情哈哈大笑的反應，就是所有努力最大的滿



▲ 紅色柏林熊是柏林影展始終如一的吉祥物。



▲ 柏林影展期間適逢華人的農曆新年假期，離鄉打拼電影的臺灣影人，在臺灣之夜酒會齊聚一堂，慶祝影展豐收之外，也為異鄉過年送上溫暖人情，酒會接待處的春聯更添一絲年味。

▼入選2010柏林影展電影大觀單元的《艋舺》，在柏林的首場放映後由導演率領主要演員接受媒體訪問。



足。最後電影贏得柏林影展獨立獎項「最佳亞洲電影獎」。

最令人感動的是入選「電影大觀」單元《艋舺》的放映。挾著在臺灣首日票房一舉打敗阿凡達的聲勢，吸引了許多從歐洲各地，冒著寒冬趕來看電影的海外留學生。三位劇中男主角也帥氣亮相，穿著單薄的西裝，在接近零度的天氣裡，被鎂光燈層層包圍，一一回答媒體的訪問，並大方與不肯散去的觀眾簽名、拍照。

入圍青年導演論壇單元的《有一天》，在柏林的德爾福



(Dolby) 戲院進行全球首映，現場八百個座位幾乎全滿，沒有任何觀眾中途離席。高度專注的觀眾在落幕後，不斷給予導演和演員肯定的掌聲。

至於高潮當然是臺灣之夜影視酒會，所有電影人齊聚一堂，除了慶祝影展豐收，也算是一起過年。成龍大哥毫無預告的出現更讓晚會high最高點，臺灣之夜在兩岸三地電影人心中的地位，不言而喻。晚會就像臺灣電影一樣：溫暖，開放，自由，熱情。結論是：柏林影展，好冷，好累，好棒！

◀影委會傾力協拍的《一頁台北》參加柏林影展「青年導演論壇」單元，榮獲影展獨立獎項「最佳亞洲電影獎」，演員姚舜耀開心地代表先離開柏林的導演陳駿霖上台領獎。

▼ 對照2009年（左）和2010年（右）的香港電影市場展臺灣館攤位內部，可以清楚看出空間變得寬敞許多，桌椅數也增加了，提高了片商洽談的舒適性。



Hong Kong International Film & TV Market

香港國際影視展

緊跟在柏林影展之後於三月舉行的香港國際影視展，由香港貿易發展局主辦，為亞洲地區重要影視展之一，二〇一〇年就吸引了來自二十九個國家和地區的五四八家參展商。由於兩岸三地影視產業關係密切，因此成為華語電影市場的主要交易場所，各種宣傳及買賣交易十分熱絡。

二〇〇九年影委會接受新聞局委託首次參與其電影市場展（FILMART），承辦的臺灣館以聯合攤位方式提供國內業者使用，目的在推廣臺灣電影並提高國際各界對臺灣電影的重視，希望臺灣電影產業不只於獎項方面蒙國際評審青睞，還能在國際市場闖出亮眼成績。展期間可促成臺灣業者與國外業者超過百次以上的洽談會議次數。



▲ 2010香港電影市場展臺灣之夜酒會人氣紅不讓。

▼對照2009年（左）和2010年（最下圖）的香港電影市場展臺灣館攤位，影委會爭取到把位置從展場中後方移到進門第一排，整體更為顯眼。

▼2010香港電影市場展臺灣館攤位內部擺設。



Hong Kong International Film & TV Market

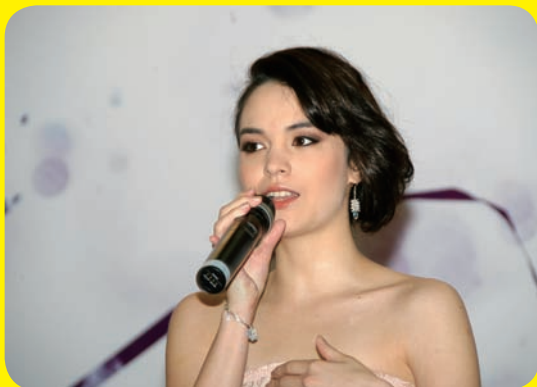
置，並將做為國家展館的臺灣電影館，從二〇〇九年的五十四平方公尺，加大至二〇一〇年的九十平方公尺，位置也從展場中後方，移到進門的第一排，更為顯眼。寬敞的洽談空間可容納十組桌椅，所有臺灣來參展、參訪的片商，再也不會擠到找不到洽談桌，人多到必須坐在走廊上的情況也不復見。

香港影視展與柏林、坎城兩大歐洲影展最大不同之處，在於沒有語言隔閡，交通又便捷，於是幾乎大大小小的臺灣片商，都會選擇在三月前往香港；人多意見多，問題自然也多很多，再加上兩岸三地的政治敏感性高，從國內片商的徵展報名開始，影委會的展務人員就要靈活應對各種變數。

香港國際影視展在開放挑高的展場空間舉行，攤位小一點、矮一點，很容易就被淹沒在林立的展館間。影委會承辦香港國際影視展後，最顯著的具體成果之一，就是向主辦單位爭取最好的位置，



▶在長官們輪番致詞之後，眼看幾位臺灣影人就必須趕赴下一個工作約了，影委會人員反應迅速立即更改流程，請演員張榕容、導演戴立忍等人先上台致詞，總算完美達成酒會增色的「搶人」任務。



Story

相較於其他歐洲影展，香港國際影視展展期短而密集，僅僅四天的展期，所有活動擠在前兩天，大會的開幕、亞洲電影大獎頒獎典禮、論壇、亞洲電影投資會再加上各參展國家的酒會、餐會，感覺上展覽剛開始，才稍有喘口氣的感覺，馬上就已告尾聲。結論是：香港影視展，好熱鬧，好匆忙，好有成就感！

□影展星光搶人大戰

入圍影展競賽項目的臺灣電影導演和演員，是攻佔媒體版面的星光貴賓，如果主辦單位和臺灣館的活動都需要他們出席，怎麼辦？二〇一〇年在香港國際影視展，便上演了一場暗潮洶湧的搶人戲碼。

由影委會承辦的臺灣影視交流酒會選在開展第一天傍晚舉行，參展的臺灣影人幾乎全員到齊，包括導演王小棣、王童、李崗、徐煒喬、黃茂昌、陳駿霖、戴立忍；演員有張榕容、張孝全、姜康哲等人，香港影視重量級人物

香港電影發展局副主席林建岳、主辦影展的香港貿易發展局助理總裁葉澤恩、香港電影發展基金委員吳思遠、港澳電影戲劇總會主席黃握中等人均親自出席酒會，現場被三百多位

來自各國的佳賓擠得水洩不通。

同日晚間，二〇一〇年亞洲電影大獎即將舉行頒獎典禮，因為有多部臺灣影片入圍，出席酒會的重要嘉賓，還要在下午六點鐘走紅地毯。於是，當酒會下午四點四十分開始後，亞洲電影大獎的工作人員就守在台前，看著一位又一位長官、貴賓上台致詞，隨著時間一分一秒流逝，這些頒獎典禮工作人員臉色愈來愈沉重，最後終於忍不住想直接將已



排定上台致詞的導演戴立忍、陳駿霖與演員張榕容、張孝全、姜康哲帶走。

影委會怎麼能眼睜睜看著「喬」了許久的星光就這麼被帶走呢？分秒必爭！「演員、劇組先講」，接獲指示的司儀立即改流程，星光貴賓逐一上台致詞，但，只要人一走下舞台，立刻被等得不耐煩的工作人員帶走，一場緊張刺激的搶人大戰終告落幕。

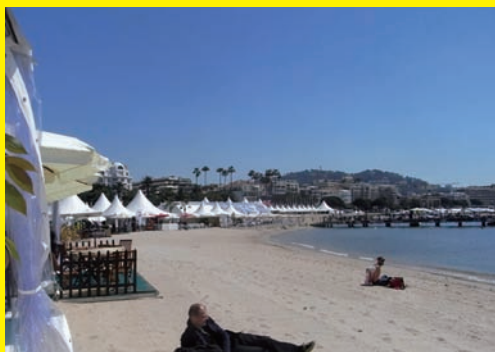
▲2010香港電影市場展臺灣之夜酒會湧入大批來賓和媒體，現場擠得水洩不通。



▼ 藍天碧海的坎城風光。

▼ 2010坎城電影市場展展場入口。

▲ ▼ 2009坎城電影市場展臺灣館為貴賓貼心準備的影視資料袋。



> Festival de Cannes

坎城影展

提到「坎城」，一般人腦海中浮現的是藍天碧海、悠閒愜意的渡假勝地；電影人眼中的「坎城」，則是眾星雲集的國際一級影展，全球數一數二的電影版權交易市場，尋找資金及藝術製作夥伴的電影交流平台。在坎城影展期間同時舉行的電影市場展（Marché du Film），為期十天，由臺北市電影委員會承辦的臺灣電影館攤位，在此肩負起行銷臺灣電影文化價值、協助臺灣優質電影產品拓展國際市場的重責大任。

坎城電影市場展有多重要呢？根據官方公佈的統計數字，二〇〇九年的市場展吸引了近六百位影展策展人及選片人，超過一千七百位電影製作人，有來自一個國家共逾六百個參展攤位，參展公司接近四千家。

▼ 2010年坎城影展形象廣告看板。



► 坎城影展主辦單位依慣例於大會展場外圍懸掛入圍作品國的國旗，2009年我國國旗便高高飄揚空中。

▼ 2010坎城影展一景。



坎城影展之 情非得已生存之道

坎城影展是風光的，臺灣電影在坎城是風光的，但要撐起這一片風光，影委會展務人員憑藉的是非比尋常的腦力、勞力與耐力，從一下飛機就進入高密度、高壓力、高效率要求的工作狀態。

坎城貴森森

如果要用一個字來形容坎城，那就是「貴」。不到三十坪的展位，光空地就要五、六十萬新台幣，更別提裝潢。展場租一台電視的價格，等於在當地買一台電視。影展期間物價三級跳，每一位參展人只能幾個人湊和，擠在小小的出租公寓。

一個轉換插座十歐元，別說買，光看價格心裡就滴血。要在物價如此「高不可攀」的地方工作，要訣無他，所有東西自己揹過去就對了。



二〇〇九年五月九日，影委會三個弱女子，硬是帶了多達十一箱、近百公斤的行李抵達坎城。站在三個人進去都嫌擠的公寓電梯前，只能無言相望，不知該哭，還是該笑，光是把行李搬上公寓，就花了一個多小時，等到終於坐下來，早已全身無力。

對來渡假的人而言，坎城也許是人間天堂，對來工作的人，五月的坎城如噩夢一場。進小餐館打發一餐，隨便也要十幾歐元，折合新台幣就是四、五百元。經費有限，影委會工作人員只能到超市買菜自己煮。問題來了，展場從上午九點開到晚上七、八點，



▲ 這一堆隨機手提帶來坎城的行李和紙箱，要靠影委會三個女生合力搬進出租公寓，屋內小小空間頓時變身為貨品分裝工作間和倉庫。

▲ 一眼望去，臺灣館洽談桌上都是筆電，無線上網很方便，但這個方便是影委會的貼心服務。原來坎城電影市場展場的網路為付費使用，每一個參展證件只有六小時上網時數，影委會考量臺灣片商的網路使用需求，特地採購256K並選擇無線分享方式，設置帳號及密碼提供給臺灣片商使用。

▼ 2010坎城臺灣之夜酒會，燈光美、氣氛佳、流程優、食物棒，讓許多來賓留下深刻印象，大獲成功。



▲ 坎城電影市場展的臺灣館備有32吋液晶電視螢幕及DVD播放器，輪流播放臺灣電影形象片、電影預告循環片及臺灣景點介紹影片，這台電視付出的租金可以在當地買一台電視了。

五月十九日在坎城Carlton Hotel
海灘上的臺灣之夜酒會星光燦

宣布開拍。

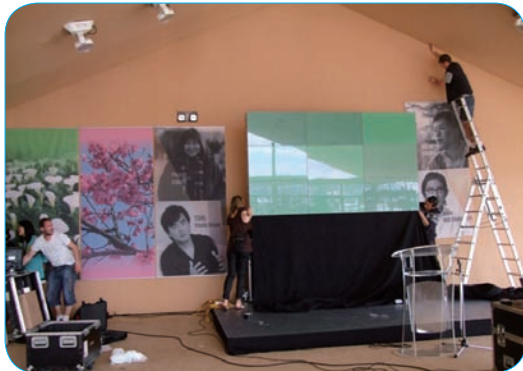
二〇〇九年，臺灣在坎城走路
有風。導演李安的《胡士托風
波》、蔡明亮的《臉》雙雙進入
坎城競賽項目，何蔚庭導演的
《台北星期天》則進入電影工作
坊單元，《艋舺》導演鈕承澤和
演員阮經天帥氣着裝專程到坎城

宣布開拍。

戲臺灣之夜酒會，更需要事事緊
盯、禮數週全。

法國商店卻是七點準時打烊，想
要自己開伙，還得輪流排班，趕
在最後一刻衝進超市採買。

坎城忙兮



▲ 坎城電影市場展臺灣館人潮永遠川流不息（上圖），工作人員另外還要忙著打點酒會會場（下圖）。

▲ 坎城的臺灣之夜影視酒會憑邀請卡入場（上圖）。2009年的酒會，在接待處就擠滿人，酒會現場更是嘉賓雲集（下圖）。



◀ 在坎城，美感品味與場面、細節無一不講究，力求在眾多參展單位中脫穎而出。圖為2010坎城臺灣之夜酒會場地景觀與會場佈置，果然博得與會來賓一致好口碑。



繼二〇〇九年臺灣的太陽餅甜入
坎城秀遍遍

凌晨一點，送走了賓客，拖著疲累的身軀回到公寓，事情還沒完——寫新聞稿。要趕在臺北上班前，將第一手消息傳回國內。只是身處在法國這個網路落後的文明國家，上傳一個檔案往往讓人精疲力竭，當電腦上顯現「傳檔成功」四個字時，東方魚肚已泛白。

燿，有如兩岸三地影人大會師，許多重量級國際影展主席及選片人、策展人紛紛出席，如金山影展、威尼斯影展、南特影展、巴黎影展、多倫多影展、柏林影展、鹿特丹影展、希臘鐵撒隆尼影展、巴塞隆納亞洲影展、德國海姆海德堡國際電影節……等；另外，還有電影協會機構如 UniFrance、UniJapan、香港貿發局、中國電影海外推廣公司、新加坡電影協會、南韓電影委員會、法國羅浮宮等，也到現場共襄盛舉。

在人心之後，二〇一〇年大老遠從臺灣運去的腳踏車，把新加坡被堵在路上的四輪宣傳車比了下去。王小棣導演的《酷馬》團隊，就騎著最符合環保綠時尚的鐵馬，在坎城拉風宣傳。不曾去過坎城影展的人可能會覺得，大老遠把這些東西運到坎城，不過是一種噱頭，甚至會覺得根本沒必要、浪費錢。

在這個全球各地影視人士蜂擁而至的展場，有來自一百個國家的市場競爭，有閃亮無比的星光影人，還有全世界重要媒體亦步亦趨的關注，臺灣電影要如何吸引電影業界人士停駐回望？如何在摩肩擦踵的人群中脫穎而出？如何從各個小細節突顯自己的文化特色？只要來一遭，就知道噱頭是必要，場面是必要，精彩更是必要。結論是：坎城影展，好貴，好忙，好風光！



▲ 2010年在坎城，駐法大使呂慶龍，騎著臺灣研發的不限年齡腳踏車入場主持「臺灣之夜」酒會。

▲ 電影《酷馬》導演王小棣率領主要演員鄭靚歆、黃遠、藍正龍和編劇黃黎明，於2010年坎城影展期間前來宣傳影片，準備騎著臺灣研發的腳踏車上街造勢。

▼ 釜山亞洲電影市場展的展場設在飯店內，房間便是各館展場，舒適而且隱密性高。



Pusan International Film Festival

釜山影展

影視娛樂集團CJ公司贊助之PPP獎項，獎金為一萬美元，該集團除投資影片外，未來《星空》在韓國的上映、發行、宣傳都由該公司負責。

提到文化輸出，近十年來最成功的例子首推韓國。一九九六年開始舉辦的釜山國際影展，主要為電影新作品或年輕導演提供國際舞台，特別是針對亞洲國家。它在「韓流」風潮中日益茁壯，成為亞洲第二大影展，氣勢直逼東京國際影展，是臺灣電影走入國際市場的重要平台。

釜山影展最為影視業界所重視的，莫過於釜山集資計畫(Pusan Promotion Plan)，簡稱

「PPP」，高額の獎金，國際化的創投洽談，往往吸引優秀的拍片企畫投件。歷年來臺灣的影片企畫曾數度入選PPP，如周美玲導演的《神殺》、張作驥《當愛來的時候》、楊雅喆《GF & BF》等。二〇一〇年又傳捷報，林書宇導演改編自幾米繪本的《星空》企畫案拿下韓國最大

釜山影展的亞洲電影市場展(Asian Film Market)，雖然也是進行電影版權買賣，但展場

設置在飯店房間裡，有別於柏林、香港及坎城市場展的開放式展場。一間間客房化身為Sales-Office，參展片商通常都是事先排定會晤，這樣的展場有其優點，因為造訪的買家或片商目標性極強，而且洽談的隱密性高，空間舒適，有助於版權買賣。

除了接受新聞局委託承辦亞洲市場展攤位，臺北市電影委員會也以影委會自己的名義參加釜山國際電影委員會與電影工業展(Busan International Film Commission and Industry Showcase，簡稱BIFCOM)。這是亞洲電影委員會聯盟在釜山影展期間辦理的活動之一，為亞洲



各影委會的溝通平台，重點在展示宣傳各地景點，也是洽談跨國合作的重要場合。身為聯盟會員的臺北市電影委員會當然不會缺席，同時也出席聯盟年會與亞太電影政策論壇(Asia-Pacific Film Policy Forum)，展開亞洲國家之間的討論與合作。

由於有兩個展場攤位要費心，

▲ 2010年釜山電影市場展臺灣電影館展場來賓洽詢熱烈。

▼臺北市電影委員會從2008年開始，每年都以影委會自己的名義參加BIFCOM，圖為2010年參展攤位。

▼於釜山影展期間同時舉行的BIFCOM，展場設在另一家飯店。



> Story

「臺灣之夜酒會」是各個影展中的口碑Party，無論節目橋段或餐點配置都非常用心。二〇一〇年在釜山影展舉行的臺灣之夜酒

會，跟辛拉麵，主辦單位莫不絞盡腦汁。

□臺灣之夜有口皆碑

在各式國際影展暨市場展中，各國或各公司組織辦的Party是非常重要的一環，買賣談判的會議桌換成美酒佳餚的餐桌，許多情誼和軟性交流就在談笑風生中建立起來。因此每個Party都力求讓在場嘉賓印象深刻，無論是安排日本第一的壽司師傅到現場捏壽司，或者是千里迢迢遠渡泡菜跟辛拉麵，主辦單位莫不絞盡腦汁。

工作團隊在每個影展忙忙忙的情況，在釜山變成忙到疲於奔命。兩個攤位分別位於兩間不同飯店，雖然相距不遠，但要從Seacloud Hotel的六樓到Grand Hotel Haerindee的二樓，一天只要走上三趟就夠忙的。結論是：釜山影展，好私密，好鐵腿，好驕傲！



會，便又寫下讓各國影人傳誦的一夜。

為了準備這場酒會，影委會人員早在兩個月前就預訂好飯店。因為適逢釜山影展主席金東虎將宣

佈退休，對於這位在國際上全力支持臺灣電影的友人，國內電影圈重量級的導演、演員們事前就商定，要給金先生一個驚喜。只是沒想到大會卻先來了個大驚喜：「如果要邀請金先生出席就

▲2010年釜山影展入圍導演圖像牆。

▼臺灣之夜酒會向來是各個影展中的口碑Party，2010於釜山影展舉辦的酒會，更有來賓對影委會工作人員表示：「這是我參加過最感人的一場酒會」。



▲釜山影展主席金東虎先生和楊貴媚與現場來賓互動。



得換飯店」，天啊！離出發只剩兩週，一切流程從頭來過，訂位、報價、議價、上簽、邀卡設計印刷……，只能說人仰馬翻。

所幸臺灣之夜酒會在臺灣重量級影人加持下，現場熱鬧非凡，包括大師級導演侯孝賢、蔡明亮、林正盛、張作驥，臺灣新銳導演

鍾孟宏、林書宇、陳駿霖、姜秀瓊等，以及攝影大師李屏賓、製片李崗、演員納豆、高盟傑、李亦捷、姚淳耀等人都出席了，會場聚集了三百多位來自世界各地的電影人士。而酒會的重頭戲，則在受邀擔任新浪潮單元評審的影后楊貴媚上台時，達到最高潮。

就像在韓劇裡看到的景象，楊貴媚一席大紅色裙子，上身為金色刺繡的韓國傳統禮服，驚艷全場。更令人感動的是，不懂韓文的影后硬是用韓語高唱一曲「我愛你」，代表臺灣電影圈感謝金主席的厚愛，金東虎先生隨後在眾人擁簇下上台與楊貴媚共舞，全場氣氛高昂，歡聲雷動，許多嘉賓紅了眼眶。

難怪金主席在致詞時感動得大聲說：「I love 侯孝賢、I love 蔡明亮、I love 楊貴媚、I love everyone of you。」這場臺灣之夜，也成為該屆釜山影展最溫馨感人的一場酒會。

Pusan International Film Festival

▲在2010年的釜山影展臺灣之夜酒會上，臺灣電影圈重量級的導演、演員們，聯袂為即將退休的釜山影展主席金東虎準備驚喜節目，並致贈他「八駿圖」，象徵金主席身為伯樂發掘臺灣的好電影與影人，感謝他力挺臺灣電影。圖左起為：攝影師李屏賓、導演侯孝賢、駐韓國臺北代表部新聞組組長劉明亮、演員楊貴媚、導演張作驥、導演蔡明亮、導演林正盛、金東虎主席。

◀ 2010東京影展臺灣之夜酒會電影《艋舺》劇組受訪。

▼ 2010東京影展經歷了綠地毯事件，反而引爆媒體採訪熱潮，在臺灣之夜酒會蜂擁而至。



> Tokyo International Film Festival 東京影展

二〇一〇年，東京影展正式單元「亞洲之風」，特別與行政院新聞局、臺北駐日經濟文化代表

處與臺北市電影委員會，共同合辦「台灣特集：台灣電影復興2010—美麗新世代」，在影展期間放映六部最新的臺灣電影：鈕承澤《艋舺》、蕭雅全《第36個故事》、姜秀瓊跟關本良的《乘著光影旅行》、卓立《獵豔》、鍾孟宏《第四張畫》，以及陳玉勳、侯季然、沈可尚共同執導的三段式電影《茱麗葉》。

臺北電影委員會在成立第一年，便曾特別派員至東京影展市場進行考察與交流，宣傳臺北市景點及製片優惠措施。兩年後第一次來到東京影展，則是臺灣電影驕傲的時刻。

簡稱為TIFF的東京影展，成立於一九八五年，是亞洲地區首屈一指的大型影展，影展期間同時舉行為期四天的市場展「TIFFCOM」（Content Market）。除了影展本身的重要性和影響力，東京影展最讓人注意的特色，就是以喚起眾人環保意識的「綠地毯」，取代一般明星藝人常走的星光大道「紅地毯」。

東京影展對臺灣電影一向關注，早年即介紹侯孝賢與楊德昌等知名導演，歷年來的新銳導演如陳玉勳、張作驥、林正盛與鄭有傑等人，也在此引薦現身。但二〇一〇年最特別的是《艋舺》將於

十二月間在日本院線全面上映，這也是臺灣電影十八年來重返日本影壇的全面性商業映演，意義重大。而尚未在臺曝光的《茱麗葉》，也特別將世界首映獻給東京影展。

十二月間在日本院線全面上映，這也是臺灣電影十八年來重返日本影壇的全面性商業映演，意義重大。而尚未在臺曝光的《茱麗葉》，也特別將世界首映獻給東京影展。

十二月間在日本院線全面上映，這也是臺灣電影十八年來重返日本影壇的全面性商業映演，意義重大。而尚未在臺曝光的《茱麗葉》，也特別將世界首映獻給東京影展。

十二月間在日本院線全面上映，這也是臺灣電影十八年來重返日本影壇的全面性商業映演，意義重大。而尚未在臺曝光的《茱麗葉》，也特別將世界首映獻給東京影展。



▲ 2010東京影展臺灣之夜酒會，阮經天、趙又廷、徐若瑄、張鈞甯手牽手，傳達臺灣電影人大團結的堅定信心。



▼臺北市電影委員會傾力協拍的電影《艋舺》，在日本做全面性的商業映演，寫下十八年來臺灣電影重返日本影壇的歷史性時刻。圖為《艋舺》日文版海報。

▼電影《艋舺》和《獵豔》於東京影展放映後，兩片的導演與主要演員都參加映後座談。



六部影片的票券早就銷售一空，而且所有導演和主要演員都來到東京出席相關活動，包括十月二十二日的東京影展開幕式、二十四日的「台灣特集」開幕記者會和晚間盛大舉行的臺灣之夜酒會。

特別的一刻卻飛來一段政治干擾電影的不快插曲。東京影展開幕典禮前，場外意外爆發中國代表團團長江平蠻橫要求臺灣代表團冠上「中國臺灣」的國名之爭，以致臺灣影人無法走上綠地毯。此一事件，引起媒體和日本影迷的強烈關注。翌日的「台灣特集」開幕記者會和臺灣之夜酒會，亮相的臺灣影人展現了空前的團結與熱情，成為數十家臺、日媒體的熱門焦點，現場幾乎擠爆。

雖然臺灣電影已經以百分之百的藝術實力，在國際影壇揚眉吐氣，使臺灣成為全球電影世界不可忽視的名字，但何時才能政治歸政治、藝術歸藝術呢？在這次東京

影展，臺灣電影的大獲全勝，相對於政治的粗暴干預，構成衝突性極強的震撼經驗。結論是：東京影展，好感慨，好團結，好爭氣！

東京影展

綠地毯事件星光紀實

時間：二〇一〇年十月二十三日，下午四點半

地點：六本木Hills飯店，三樓宴會廳

宴會廳裡坐著原本一邊看螢幕的現場轉播，一面準備出發去走綠地毯的《艋舺》劇組及工作人員。他們顯然已經透過螢幕，意識到外面的綠地毯星光大道已經接近尾聲。為什麼還沒有輪到他們？

他們零零散散的坐在已經擺好餐具及綠色菜單的大圓桌旁，盛裝的李烈、鈕承澤和阮經天滿臉狐疑，看見我，放下手中的iPhone，他們也許已經猜到了，沒有人出聲。豆導一臉凝重。他

們完全不清楚外面的狀況，但我現在必須告訴他們一個殘忍的決定。我深深吸了一口氣。

沒想到第一個聞訊大哭的，居然是買了《艋舺》一片的日本片商！把大家都嚇了一跳。另一位日本片商的工作人員也哭了起來，而且一發不可收拾。原來，因為買了《艋舺》的日本公司有十幾年沒有買臺灣的片子了，這次她一個人說服公司買下《艋舺》，壓力之大，可想而知。但日文翻譯不在現場，沒人知道該如何安慰她，整個大廳只剩下她啾泣的聲音，和不需要翻譯也能懂的傷心。

「沒有關係！」豆導一下子站起來，「我們自己走綠地毯！」

大家不可置信地看著他，他迅速拿起幾張圓桌上的綠色菜單，鋪在地上。已經扯下領結的小天馬上跟進：「對！我們自己走！」立刻加入把綠色菜單一張一張鋪成綠地毯的行列。兩個人就這

▶未能走上東京影展綠地毯的臺灣影人，在宴會廳以綠色菜單鋪成綠色星光大道，為自己和現場工作人員加油打氣。

▼東京影展「亞洲之風」單元台灣特集的宣傳海報。



麼來來回回的
又鋪又走，從
另外一個房間
被通知來這裡
會合的張鈞甯
正巧進來，馬
上被豆導和小
天拉來走綠地

毯，可愛的她立刻擺出巨星走星
光大道的優雅架式，正經八百地
走起來，小天立刻再拿了兩張綠
色菜單，大叫「打背板！」工作
人員看他們玩真的，紛紛拿出自
己的相機或手機，站成一堵攝影
記者牆，卡擦卡擦，一邊照一邊
笑，連烈姐也忍不住不禁，加入了

綠地毯。

這時候，徐若瑄人沒到，歌聲先
到：「……我沒醉我沒醉沒醉，
請你不必同情我……」看見豆導
和小天那麼開心，她也傻眼，
嘆了口氣說：「真是笑中帶淚
啊！」然後挽著李崗的手，萬
千嫵媚地走上綠色菜單鋪成的地
毯。早已破涕為笑的日本片商，
滿臉的不可思議：「他們真的好
棒好棒！」

是的，真的好棒。他們不但介意
在滿心期待，餓著肚子準備了
一整天之後的綠地毯沒有走成，
他們的第一反應不是抱怨，反而
是安慰難過的工作人員。

放心，東京影展的綠地毯不是一
個句點。是一個激勵我們要走得
更遠更穩更風光的起點。

就這麼說定了，大家一起努力！

——轉載自臺北市電影委員會官
網二〇一〇年十一月一日熱門訊
息





#04

⇒ ⇒ ⇒ 人要衣

妝、佛要金裝，內涵紮實，外表也要亮麗，事情的推動才能事半功倍。二〇一〇年一月中旬，影委會才正式成立編組專責網路出版，它的功能很像一名巧手的彩妝師，透過滲透力強的網路平台、文宣品的印製發送，以及配合影劇團隊舉辦或報導影視活動，來彰顯影委會的業務功能。

顧名思義，影委會官網及文宣出版品，就是網路出版組掌管的工作內容，也是巧妝影委會業務功能的兩大利器。

為了吸引國外影視團隊來臺北拍攝，臺北市電影委員會網站採中、英、日、法四種語言呈現，各版本創設時間點不一，內容架構略有不同。最早於二〇〇八年三月開始架設中英官網，二〇〇九年九月增設日文版，網站內建置的單元，對影委會的功能、設立宗旨、臺北市政府對影視業者的補助優惠、臺北拍片的場景資料庫及地理條件優點、拍片相關辦法規定、最新消息等等，均有詳細介紹。二〇一〇年六月法文版靜態網頁上線。截至二〇一〇年十一月為止，網站已累積場景資料庫一百五十筆，場景總照片數七〇七張，瀏覽人次二六,三二〇,〇四四人次。

二〇〇八年十二月底發行中文電子報《幕後電影雜誌》，讓影視人才不出門也能知天下影事。電子報針對世界各大都市的製片動態進行每月定期觀察，彙整當地電影資訊與電影新趨勢，是即時又好用的參考資料。中文電子報報導的國際都會遍及紐約、倫敦、新加坡、首爾、北京、巴黎、柏林、臺北等城市，訂閱會員人數每年翻兩倍成長，截至二〇一〇年十一月為止，已發行二十三期，計有會員二,一六九名。二〇一〇年八月再增發電子報英文版《Behind the Scene》，為推動跨國協拍業務增添生力軍。

不定期印製的文宣出版品，三年來出版了二十六款，呈現形式包括摺頁及手冊（簡介影委會業務）、電影手冊（簡介參展影片）、Facebook（簡介參展片商）與書籍（景點指南與電影人名錄）等。目標族群為相關業務對象、國內外影人、新聞媒體，發送地點除了記者會等活動場合，最主要就是世界各地影展及市場展了，包括法國坎城影展、德國柏林影展、東京國際影展、韓國釜山影展、香港國際影視展。

★web+publication





In Tune with the World

網路出版

臺北 ▶ 國際 影事零時差



Website

網站



1

無遠弗屆的網路，是臺北市電影委員會推展業務不可或缺的工具，定期更新的場景照片資料庫、最新的臺北影視動態訊息、相關影視產業補助及優惠、拍片相關規定與國際製片動態等等資訊，都可以在影委會官網找到，中、英、日、法四種語言版本的規劃，也有助於吸引國內及國外影視團隊在臺北拍攝。

打從二〇〇八年三月開始架設中英官網，影委會便不斷調整版面與內容，精益求精。目前的官網採取與各大入口網站規格類似的視覺排版，視覺動線友善流暢，方便使用者瀏覽。真籤式的分類新聞，要閱讀或尋找相關最新消息都能一目了然。

網網相連是網路特有的傳播力量，為了刺激使用者瀏覽，開拓網站廣度，官網還設有部落格達人連結，邀請的連結對象均以電影產業為主題，經徵詢各家電影公司提供推薦名單後挑選而出，目前連結八個部落格。

□網站流量

截至二〇一〇年十一月止，影委會官網總瀏覽人次已突破二百六十萬。網友間流行的facebook、youtube、flickr，臺北市電影委員會也都身為其中一員，其中facebook社群有八六二個成員，youtube頻道的觀看次數已超過十三萬次。

二〇一〇年二月，臺北場景資料庫開始篩選重整。這是大工程，要經過一連串去函、去電流程，確定景點屬於臺北市，而且可以租借外拍才行，接著進行分類建檔，照片汰舊換新，將景點及資料架構完整化，才擴充至目前的規模，資料庫有景點一百五十筆，照片總數七〇七張。

精益求精是經營影委會官網的二原則，越變越好則可以從網站流量攀升得到小小佐證。緊跟著臺北場景資料庫更新，二〇一〇年三月十二日起網站陸續改版，中文電子報增為七個大單元，內容更豐富，網站瀏覽人次跟著差很大。以三月當月份為例，改版前每日平均瀏覽一六七八人次，改版後為四四九一人次。



▲ 英文版官網Location Gallery入口頁面。



鉅亨網

鉅亨網www.cnyes.com的雜誌區，是兩岸交換資訊的重要網路平台，鉅亨網的主動要求簽約，不啻是對中文版《幕後電影雜誌》內容的肯定。



鉅亨網幕後電影雜誌。

臺北市電影委員會官網中、英、日、法四種語言版本的首頁。



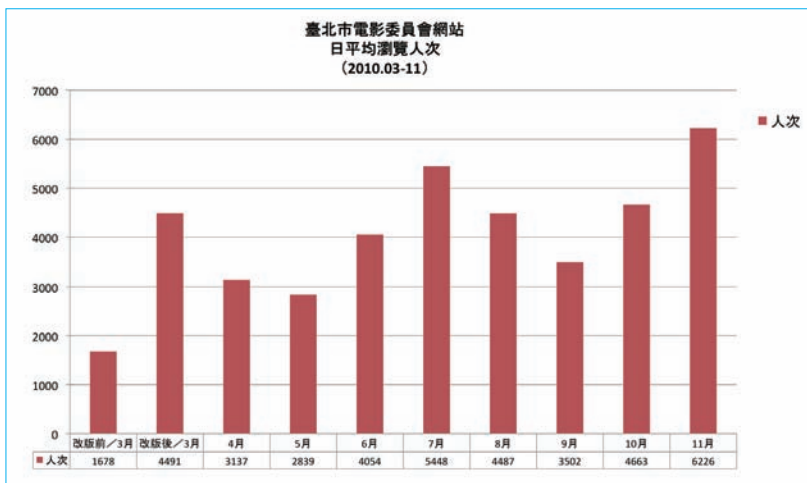
網站架設大事紀

- 2008 / 03 中英文網站架設工作開始進行。
- 2008 / 06 完成網站建置各單元大綱。
- 2008 / 12 中文電子報《幕後電影雜誌》試刊號。
- 2009 / 09 新增網站日文版。
- 2009 / 10 優惠廠商欄位啟用。
- 2009 / 11 成立臺北市電影委員會facebook社群。
- 2009 / 12 「臺北正在拍」單元改版，透過申請協拍資料與側拍照片呈現。
- 2010 / 02 「臺北場景資料庫」的地點重新歸類、照片汰舊換新。
- 2010 / 03 中文《幕後電影雜誌》改版並新增單元。
- 2010 / 04 新增「協拍一覽表」單元，每月定期提供影委會協拍的數據資料。
- 2010 / 05 與鉅亨網簽約連結並且每月提供《幕後電影雜誌》五篇文章。
- 2010 / 06 法文版靜態網頁上線，為日後臺法影視交流活動的資訊溝通做準備。
- 2010 / 08 英文電子報《Behind the Scene》上線，以臺北的拍片動態與優惠補助辦法為主要內容，藉以吸引國外劇組來台創作拍攝或增加跨國合拍機會。



部落格達人。

每個月都會在官網公佈「協拍一覽表」和協拍統計，資訊透明公開。



臺北市電影委員會網站 日平均瀏覽人次 (2010年3-11月)



E-Paper

電子報 《幕後電影雜誌》



▲電子報的「當月正夯」單元，每月專訪當時正熱門的電影導演，也是影委會為國片提供的另一種行銷手法。圖左起依序為採訪過的幾位導演：何蔚庭、程孝澤、王育麟與劉梓潔、王小棣。



出版一份雜誌，是主動出擊，擴大服務，成為資訊的生產者，最能明顯看到編輯發行單位的核心理念。中文電子報《幕後電影雜誌》（以下稱中文電子報）為月刊，每月廿日發行，二〇〇八年十二月創刊之際，即鎖定兩大方向：國際重要電影城市製片動態，以及臺北市電影委員會最新重點活動訊息。發行近兩年以來，歷經三次改版與內容擴增，奠定今日七大單元格式，各國製片動態報導迄今共發表

02

一百三十六篇，涵蓋國際間八個城市。二〇一〇年八月再接再厲，推出英文電子報《Behind the Scene》（以下稱英文電子報），以加速推動國際協拍業務為出發點，報導臺北的拍片動態和相關熱門消息。

◀中文電子報首頁的創刊版型（左圖）與現行版型（右圖）相較，從單欄變成雙欄並排，不僅符合單元內容擴充的需求，整體視覺也更具有現代感、更一目了然，瀏覽動線更有親和力。

電子報發行大事紀

2008 / 12 / 30

中文電子報創刊號，設「各國製片動態」（紐約、巴黎、倫敦、北京、首爾、新加坡）、「本月推薦」、「本會活動快訊」三個單元。

2009 / 04 / 20

首頁版型改版，分「各國製片動態」、「本會活動快訊」、「臺北正在拍」三個單元，活動訊息由兩則增為三則。

2009 / 09 / 20

新增柏林製片動態。

2010 / 02 / 20

新增「編輯室的話」單元與臺北製片動態。

2010 / 03 / 20

版型與內容大幅度調整，擴充為七個大單元，包括新增「協拍花絮」、「當月最夯」、「臺北新發現」單元，「本會活動快訊」更名為「新聞集錦」。

2010 / 08 / 20

英文電子報上線。

▼透過電子報的「臺北正在拍」單元，可以瞭解影委會當月協拍的國內外劇組最新動態。圖為電視《偷心大聖PS男》於2010年5月在花博園區拍攝。

▼2010年3月大幅改版後的中文電子報，每一期都可以在「臺北新發現」單元，走踏隱藏在臺北市各個角落的特色景點。圖為外雙溪的椿園日式會館。

..... NUMBERS

有改有差！

改版心血看得見！中文電子報經過一連串革新版面與擴增內容的努力，2009年12月底以前的訂閱會員約945位，至2010年11月底已增至2169位會員。



單元名稱	中文電子報內容簡介
各國製片動態	→涵蓋紐約、巴黎、倫敦、北京、首爾、新加坡、柏林、臺北等八個城市。 →邀請優秀電影文字工作者，觀察當地的影視環境與發展匯集而成。 →提供國內影視工作者在最快時間內掌握住各國的影壇趨勢。
新聞集錦	→原名「本會活動快訊」，二〇一〇年三月更名。 →將臺北每月發生的重要製片動態、電影相關政策、優惠補助辦法等，以新聞發佈的方式呈現。 →每期三則。 →有利於國內外影視工作者了解臺北市的拍片情形，提高國內外劇組於本市拍攝跨國片的興趣。
編輯室的話	→二〇一〇年二月新增。 →總編輯對當期電子報的導言與心情分享。
協拍花絮	→二〇一〇年三月新增。 →對影委會協拍國內外劇組的情形與心得，呈現忠實記錄。
當月最夯	→二〇一〇年三月新增。 →專訪臺北的重要導演或是有新片上映的導演，記錄導演的創作心得。
臺北正在拍	→二〇〇九年四月新增。 →連結至官網「臺北正在拍」頁面，呈現影委會協拍的國內外劇組最新動態。
臺北新發現	→二〇一〇年三月新增。 →發掘臺北適合借景拍攝的景點，或是影人氣氛濃厚的景點。

單元名稱	英文電子報內容簡介
Latest News (熱門消息)	→將臺北每月發生的重要製片動態、電影相關政策、優惠補助辦法等，以新聞發佈的方式呈現。 →每周五則。
Features (專題報導)	分為四則，涵蓋四個面向： →Taipei Film Activity (臺北製片動態) →Behind the Scene Production News (幕後協拍花絮) →Star of the Month (當月最夯) →Sets in the City (臺北新發現)

□中文電子報單元一覽表

屬於月刊性質的中文電子報，目前分為七大單元，傳達國內、外重要製片動態與最新消息，深度介紹臺北市的拍攝場景、當月話題導演，側寫影委會在國內及國

外最新的活動執行與協拍紀實等等，現有訂閱會員二二六九位。

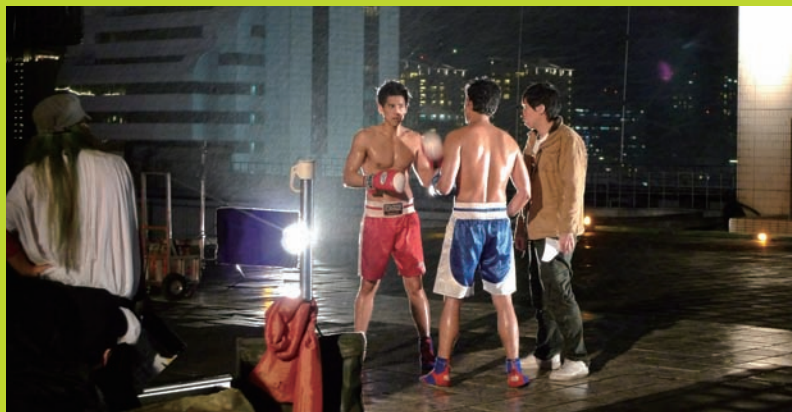
□英文電子報單元一覽表

英文電子報以外國讀者為對象，故將重點放在呈現臺北市的拍片

動態與影委會的服務，報導臺北重要的電影製片消息、相關政策與優惠補助辦法、拍攝景點、國片導演專訪等，有即時的新聞訊息，也有深入的專題報導，目前訂閱會員二二七位。

▶ 程孝澤導演（左）和陳駿霖導演（右）。

▼ 《近在咫尺》在臺北市府頂樓停機坪拍攝主角決戰戲碼。



他們拍臺北

中文電子報自創刊以來，已專訪過包括陳駿霖、卓立、何蔚庭、侯季然、程孝澤、王小棣、劉梓潔、王育麟、張作驥、陳玉勳等十位導演，採訪報導刊登於「當月最夯」單元。以下節錄兩位導演的專訪，分享他們拍臺北的獨特經驗。

陳駿霖拍《一頁台北》

我最想呈現臺北從黃昏到清晨這段時間的景色，因為這段時間是很特別的，當該睡的人都已入睡，該醒的人也還沒醒來，彷彿全世界就只剩下你一個人，而這也讓我想起在樂星花園拍的那一場戲。那是場技術高難度，並且要配合舞蹈的戲，而且一開始為了現場收音，沒有放音樂。當時有非常多舞蹈系的臨時演員，一起從晚上一路拍到凌晨，直到清晨要拍特寫時，只剩下幾位臨演，為使情緒飽滿一點，我決定讓演員聽著音樂跳，要采潔與淳耀一直跳，不要停，而我一個人就在那小小的 monitor 裡看著他們跳舞，清晨五點鐘，彷彿整個

Action!

臺北只剩下我們，那種感覺是非常過癮的。

——節錄自導演陳駿霖專訪，中文電子報第十五期 2010/03/20。

程孝澤拍《近在咫尺》

《近在咫尺》在臺北多處拍攝，從中山堂、光點、西門町、美麗華、南港火車站、國際藝術村等，臺北的多種風景精彩入鏡，至於看似破舊且帶有頹廢氣氛的拳擊場則是改建的淡江中學體育館。程孝澤感謝臺北市府協助拍片，除了調動臺北市立交響樂團，還借用了市府頂樓的停機坪作為最後一場戲的場景，讓一開始他以為最困難的部分都變成最簡單的了。

關於在市府停機坪拍攝的那場戲，程孝澤表示，本來是相中臺北 101 觀景台的，但超出預算，當工作人員一起在 101 觀景台環顧四周時，發現了一處空地，沒想到竟是市政府的停機坪。他原本也以為這會是最難商借的地方，但基於他對於天臺的特別癖好，在堅持之下終於請製片去協

調，沒想到市府真的出借了停機坪。程孝澤的第一部短片與《渺渺》，都有天臺的場景，他說：「屋頂其實是每一個建築物高處的奇怪空間，每次去了一趟之後都覺得彷彿從另一個世界再回來，因為上面的風、距離世界的遙遠，又好像在世界裡頭的感覺，令人著迷。」

——節錄自導演程孝澤專訪，中文電子報第十九期 2010/07/20。



▲ 《一頁台北》夜間於樂星花園拍攝。



記者會現場直擊

網路出版的業務只要宅在辦公室
盯著電腦就一切搞定？錯！

臺北市電影委員會於二〇一〇年
一月中旬，正式成立人員編組專
責網路出版業務之後，便開始全
面展開有系統地替重要協拍案子
進行側錄、配合行銷與紀錄的工
作。承辦人員時常得跑到第一線
扮演記者角色，替影委會協拍電
影的首映會及探班記者會進行採
訪與側錄，發佈新聞稿給媒體，
同時將新聞稿、側錄影片上傳至
影委會官網，協助影片或電視劇
宣傳。

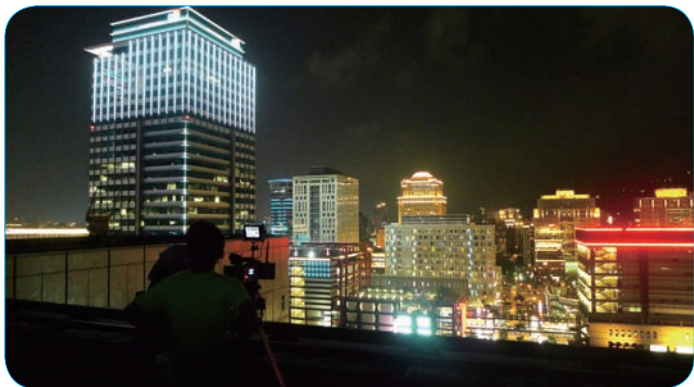
從二〇一〇年一月至十一月，報
導過的首映會與記者會有四十四
場，平均每個禮拜就有一場！尤
其當協拍劇組借用的臺北市場景
較特別時，例如一般人難窺廬山
真面目的總統府、臺北賓館、北
市府頂樓停機坪等等，這些場景
當然就成了行銷宣傳重點。

電影《近在咫尺》郝龍斌市長探
班記者會是一場令人印象深刻的

> Story



宣傳活動。記者會於二〇一〇年
一月二十日傍晚在市府頂樓停機
坪舉行，當天要拍攝片中兩位主
角決戰重頭戲。頂樓停機坪是首
次有劇組商借的協拍景點，從未
對外開放過，充滿神秘感，因此
當天吸引了近五十位兩岸三地的
媒體記者，頂著颼颼冷風和細雨
來到現場一窺究竟。在夜色與周
邊大樓燈光圍繞下，臺北市顯得



分外美麗。

郝市長與前副市長李永萍，親自
帶著鳳梨酥與熱飲給劇組與媒體
驅寒。為了拚城市行銷，擔任影
委會主任委員的郝市長接受媒體
聯訪時還說出，今後連他的市府
辦公室都可大方出借，而他自己
更可以入鏡演出的承諾來。

▲平常難得一見的臺北市府停機坪，白天的景色開闊，到了夜間一片燈火繽紛，各具特色，被《近在咫尺》劇組相中，成為拍攝場景。



◀ 在釜山的BIFCOM可以看到各國影委會和電影設備的攤位，還有一系列論壇與研討會，是參展人士瞭解各國現行補助政策、合拍製作與發行概況的有效平台。



writers for a Paper

> Paris

巴黎
蔡筱穎 (創刊號)
巴爾衛 (撰稿期間 2009/02/20 - 2009/06/20)
王雅倫 (2010/03/20 撰稿迄今)
 蔡筱穎畢業於東海大學哲學系，是法國巴黎第八大學社會系博士，曾任自立早晚報、自由時

紐約 俞聖儀
 來自臺灣的電影工作者，畢業於紐約大學電影製作研究所，擁有電影藝術碩士學位 (MFA)，目前定居紐約市，編導及製作紀錄片、廣告及劇情短片。執導的電影作品，曾獲美國學生奧斯卡獎決選、臺北女性影展、臺灣國家文藝基金會補助與華納兄弟電影製作獎金等殊榮。

幕後電影雜誌的幕後寫手
 精挑細選各國製片動態，讓你不必出門，不用翻字典，動動滑鼠就知天下影事。影委會中文電子報網羅的超強寫手，究竟何方神聖？

> London

倫敦 吳凱琳
 現任職英國密德薩克斯大學 (Middlesex University) 行銷系助理教授。英國薩瑞大學 (University of Surrey) 管理學博士，研究主題是從行銷學角度，探討家庭觀眾的休閒消費行

巴爾衛畢業於巴黎國立高等美術館學院，專業藝術家。
 王雅倫是臺灣臺北人，比利時客人。許多年前因為看了 Alain Resnais 的《廣島之戀》而決定學法文。熟悉法國電影遠超國片。多年後因為楊德昌的《一一》重新找回對台灣電影的感動。二〇一〇年春天加入臺北市影委會，負責推展歐洲業務。



報、中國時報記者與中央社駐法記者。

> Berlin

柏林 彤雅立 (2009/10/20 加入)
 柏林自由大學傳播學博士候選人，曾任職書店與媒體。擺盪在柏林與臺北兩座城市之間，以文學翻譯與鑽研德國電影為業，譯有《美妙時光》、《給米蓮娜的

幕 (Screen International) 駐中國通訊員、英國 Wall Flower Press 出版社《國際電影導覽》(International Film Guide) 一書中國區作者。文章亦散見於香港南華早報、北京英文城市週報及上海外灘畫報等。

北京 路那琳
 出生於臺北，曾任臺灣數家雜誌與報社電影記者、美國好萊塢報導 (The Hollywood Reporter) 駐台特派員，現任英國國際銀幕 (Screen International) 駐中國通訊員、英國 Wall Flower Press 出版社《國際電影導覽》策劃。
 三年坎城市場展臺灣電影總行銷策劃。

▲ 每年於釜山影展期間舉辦的亞洲電影委員會聯盟年會，是亞洲區域城市交流最新製片動態的重要場合，臺北市影委會從成立之初便從不缺席。

▲ 2010年於坎城舉辦臺灣之夜酒會時，致贈來賓有關臺灣電影和影委會介紹的資料袋，是讓國外影界人士接觸臺北影視動態的管道之一。



信—卡夫卡的愛情書簡》等書。
首爾 **韓太子**
 本名張智瑋，出生於臺灣，父親

為臺灣人，母親為韓國人。曾獲第二十屆蕭同茲先生新聞獎學金，多次入圍獲得國內外大小影展獎項，當過攝影師、記者、活動主持人、MC導演。年少時曾旅居南非，返台於國立臺灣藝術大學廣播電視學系就學。現為獨立電影工作者（導演、製片、攝影、後製），定居首爾，就讀於中央大學尖端映像大學院電影製作所導演組，並積極籌備首部長篇電影《春夜冬晝》，預計二〇一一年問世。

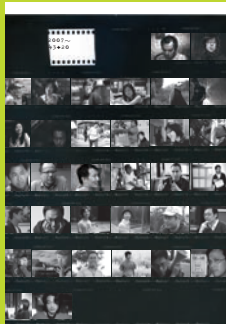
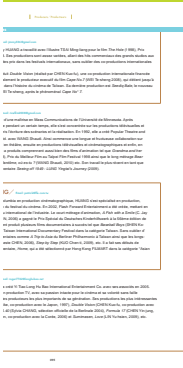
新加坡 **陳哲毅**（撰稿期間 2008/12/30 - 2009/08/20）
 獲得獎肯定的新加坡電影人，曾任廣播主持人、影評人，也曾在舞台劇和電影中演出。他的作品曾於坎城、柏林、鹿特丹、釜山、倫敦、聖保羅、雪梨、芝加哥等重要影展放映。短片作品《阿媽》(Ah Ma)獲得第六十屆坎城影展特別獎肯定，是新加坡電影人首次在坎城獲獎。

臺北 **張凱文**
 政大英美文學碩士，曾在多家平面與電視媒體任職記者，長期關心臺灣電影發展，並於報刊每週發表電影評論專欄。

▲韓國影視產業動態很值得同在亞洲的臺北關注參考，雙方交流亦趨密切。2010年於釜山舉辦的臺灣之夜酒會，釜山影展主席金東虎蒞臨現場表達支持之意。

Publications

出版品



3

影委會成立至今已出版二十六項文宣品，分別是二〇〇八年四款、二〇〇九年六款、二〇一〇年十六款。形式包括摺頁、小冊、書籍、卡片，乃至每年為新聞局海外電影市場展所製作之臺灣電影手冊、參展片商簡介之facebook等。

摺頁與手冊，多為介紹影委會的功能、業務、國內外電影人來臺北拍攝的補助與獎勵等，另也有如《製片優惠卡》、《艋舺觀光一日遊》等搭配活動製作的手冊。而配合國際影展市場展製作的手冊，詳列臺灣參展影片及片商資訊，方便回應各國人士到臺

灣館攤位的詢問，具有臺灣電影國際交流、買賣的平台功能。

關於書籍部分，於二〇〇八、二〇〇九年連續出版了《拍台北：影視勘景指南》，以及二〇一〇年的《台北電影人2007~》。前者收錄了臺北大大小小逾一百個景點，採中英對照，各印製兩千本，提供在臺北拍片的電影人參考。後者彙整二〇〇七年以降活躍於電影圈的導演四十三人與製片二十人，簡介其經歷與作品，是坊間第一本中英法文三語並陳的電影人名錄，印製一千本，在本會於二〇一〇年九月舉辦與大巴黎電影委員會締盟酒會

時，法方因本書進一步認識臺灣的電影人，甚至於酒會現場即與臺灣導演談起了合作的可能性，成功搭起臺灣電影人與國際影壇的橋樑。



▲2009年「拍臺北：影視勘景指南」DVD。



▲臺北電影人2007~ (Taipei Filmmakers 2007~) 中英法三語雙封面。

>2009

>2008

| 手冊·臺灣電影手冊(香港) |



▲ 香港影視展市場展參展用，簡介參展影片。英文版。



| 手冊·坎城影展facebook |



▲ 市場展參展用，簡介參展電影及製片發行商相關資訊。英文版。

| 手冊·臺灣電影手冊(坎城與釜山共用) |



▲ 坎城及釜山影展市場展參展用，簡介參展影片。英文版。

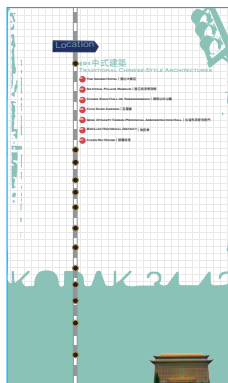
| 手冊·釜山影展facebook |



▲ 市場展參展用，簡介參展電影及製片發行商相關資訊。英文版。



| 書籍+光碟·拍台北：影視勘景指南(2009修訂版) |



▲ 2008年之勘景指南修訂再版。

▼ 修訂的勘景指南電子版。



| 摺頁·臺北市電影委員會簡介 |



▲ 草創時期的影委會服務介紹。中英對照。

| 摺頁·臺北愛電影 |



▲ 影委會業務簡介。中英對照。

| 書籍+光碟·拍台北：影視勘景指南 |



◀ 簡介臺北逾一百個拍片景點，附錄收有臺北市簡介、臺灣電影相關獎助辦法、電影產業相關名錄等。中英對照。



◀ 勘景指南電子版封面和DVD。



摺頁·製片優惠卡

▲為了讓影視工作者都能瞭解製片優惠卡的功能，影委會印製了優惠商家資料列表，依衣食住行分類，並詳載申請辦法及使用規範。連同卡片發予製片團隊參考。中英對照。

摺頁·艋舺一日遊



◀此觀光摺頁配合一日遊活動編製，由觀傳局提供相關資料，搭配電影《艋舺》內容，介紹艋舺周邊九個景點。

摺頁·電影行銷臺北

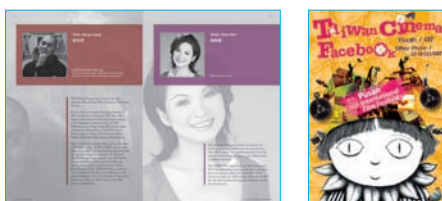


▲簡介影委會做為影視行銷合作夥伴的服務與效益。中英對照。

卡片·國外團隊來臺拍片補助優惠

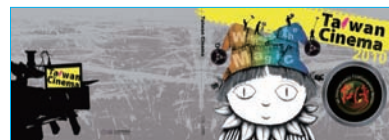
◀英文版的製片優惠卡。簡介臺北市電影委員會、臺北市政府文化局、新聞局，為國外影視團隊來臺拍片所提供的服務與補助方案。

手冊·臺灣電影facebook 柏林+香港+坎城+金山



▲柏林影展、香港影視展、坎城影展和金山影展的市場展參展用，收錄參展臺灣片商的相關資訊。英文版。

手冊·臺灣電影手冊 柏林(香港共用)+坎城+金山



▲柏林影展、香港影視展、坎城影展和金山影展的市場展參展用。收錄臺灣電影劇情片、企劃案、短片、紀錄片及動畫片的電影介紹，以及其於各大影展入圍或得獎資訊。英文版。

手冊·臺北拍電影(中英+英法)



▲綜觀性概述影委會的服務，以及在臺北拍片的場地空間、優惠、協拍案例等。中英對照。

摺頁+海報·東京影展：台灣電影復興2010—美麗新世代



◀收錄參加東京影展「亞洲之風」單元台灣特集的六部片介紹和宣傳海報。日文版。

書籍·臺北電影人2007~ / Taipei Filmmakers 2007~

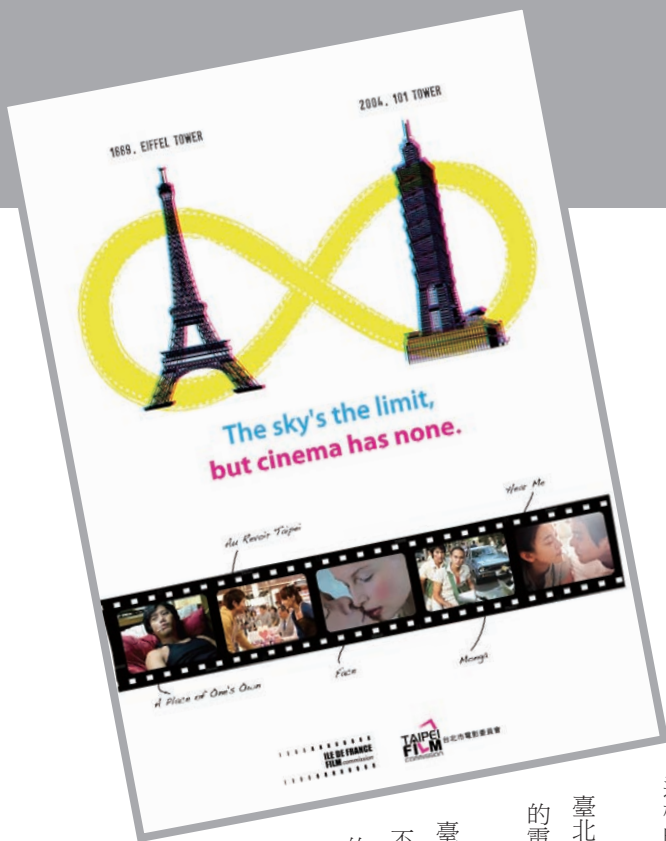
▼▶列舉2007年起，曾有劇情長片於國際影展參展或得獎的43位電影導演，以及活躍於業界的20位製片，以圖文簡介相關經歷和作品，並附聯絡電子信箱。中英法三語版本。



Emerging Power
of the TFC

電影無限 · 城市無界

□文／王雅倫
(臺北市電影委員會駐歐洲經理)



如果臺灣沒有棒球運動明星王建民，沒有網球名將盧彥勳、高球好手曾雅妮，會怎麼樣？不怎麼樣，臺灣沒有人會日子過不下去。

可是不得不承認有了他們，我們的心，似乎有了不一樣的脈搏。他們的重要比賽是我們在意的日子，他們的比賽結果會讓我們七上八下，看到國外球場上的觀眾為他們熱烈加油的鏡頭，心裡的溫暖那麼實在，更不必說，他們大贏的時候，真會讓人高興地大聲喝采。

如果問，臺北市電影委員會為什麼要國際化？就是希望把臺灣電影界的王建民、盧彥勳和曾雅妮推上世界舞台，讓更多不同國籍、不同文化語言的觀眾看到臺灣電影。

讓更多的人喜歡我們所喜歡的故事，讓更多的人知道我們所關心的議題。讓我們的心跳脈動——在一部電影的時間裡——成為世界各地觀眾共同的韻律，這正是電影迷人的地方，也只有電影有這樣的力量，在最短的時間裡，去認識一個地方，一座城市。

臺北市電影委員會希望透過電影，讓全世界認識臺北市，和臺北的電影人。

臺北市電影委員會會去敲各項重要影片展、市場展的大門，義不容辭地帶著代表臺北市的電影作品打頭陣。當然，我們擅長的協拍工作不只對內，我們同樣希望吸引國外的電影工作者來臺北拍片或合作製片，讓他們見識臺北對電影拍攝的支持與方便。

對於那些嚮往於中國大陸市場大餅的製片公司，臺北市電影委員會更有必要讓他們瞭解，打通北京上海的最有效



捷徑，是臺北。臺北擁有兩岸三地最自由開放的電影拍攝環境，不但是整個華語電影市場的創意心臟，更是影片行銷賣座的氣象台。我們的自信來自這份只屬於臺灣電影，可以辨識的DNA，這個只能在新一代臺灣年輕導演身上顯現的清楚鮮艷、多元又豐富的創意基因。

我們相信，在所有可以量化但也不斷在變化的電影市場之下，唯一不變的定數，是要拍出可以感動觀眾、產生共鳴的好電影，而這也是電影要走上國際，臺灣電影離不開影委會支持創作的原始初衷。

這份初生之犢的自信，讓我們一創立，站穩了腳步，就邁開大步向前走。

走出臺北，左轉，第一站巴黎。

因為巴黎代表著我們所喜歡的電影，代表著除了好萊塢之外的另一種可能。從二〇一〇年九月一日起，巴黎成為臺北市第一個電影的拜把兄弟。

下一站呢？我們將右轉。目標，紐約。因為紐約代表著另一種旺盛的電影創作活力。

二〇〇八年才成立的影委會，當然幼小，但是我們清楚的知道，我們正呵護著一棵可以長成大樹的樹苗。歡迎和我們一起吹生日蠟燭，臺北市電影委員會，三歲生日快樂！



拍臺北 ·
歡迎光臨！

Taipei
Film

Commission Triennium Collection

發行人 □ 郝龍斌

總編輯 □ 謝小韜

副總編輯 □ 邱正生

企畫指導 □ 臺北市政府文化局、財團法人臺北市文化基金會、臺北市電影委員會

企畫統籌 □ 饒紫娟

主編 □ 盧悅珠

執行編輯 □ 吳佩芬

協力編輯 □ 涂盈如

美術設計 □ 讀力設計_王儷穎_www.independence-design.com

出版 □ 臺北市電影委員會

地址 □ 106 臺北市仁愛路四段112巷18號B1

電話 □ (02) 2709-3880

網址 □ www.taipelfilmcommission.org

出版日期 □ 2010年12月

印刷 □ 海名坊印刷有限公司

地址 □ 臺北縣土城市明峰街39-1號2樓

電話 □ (02) 8262-1901



臺北市電影委員會三年紀事
2008—2010.11