

96 年人文教育革新中綱計畫
子計畫三 人文領域人才培育國際交流計畫

【密集講座】

創意製片 A-Z 計畫
國際電影製片實務與製片技巧

期末成果報告

指導暨補助單位：教育部

指導單位：教育部顧問室人文領域人才培育國際交流計畫辦公室

執行單位：國立台北藝術大學電影創作研究所

計畫主持人：焦雄屏

執行日期：96.10.17~11.14

中華民國 97 年 1 月 16 日

96 年人文教育革新中綱計畫
子計畫三 人文領域人才培育國際交流計畫

【密集講座】

創意製片 A-Z 計畫
國際電影製片實務與製片技巧

期末成果報告

指導暨補助單位：教育部

指導單位：教育部顧問室人文領域人才培育國際交流計畫辦公室

執行單位：國立台北藝術大學電影創作研究所

計畫主持人：焦雄屏

執行日期：96.10.17~11.14

中華民國 97 年 1 月 16 日

目 次

一、計畫名稱	2
二、計畫目標	2
三、執行情形	3
(一) 開課情形-講授課程	
(二) 參與人數統計	
四、經費運用情形	4
五、執行成果分析與檢討	6
(一) 課程時程、地點規劃	8
(二) 課程表	9
(三) 課程紀錄整理	22
六、結論與建議	80
七、附錄	81
(一) 國際師資簡介	81
(二) 學員名單、人力配置	89
(三) 上課地點及交通資訊	92
(四) 文宣品：宣傳海報、報紙宣傳	93
(五) 報名網頁及成果網頁樣式	94
(六) 課程講義	95

一、計畫名稱

本計畫名稱：「創意製片 A-Z 計畫-國際電影製片實務與製片技巧」

本計畫為密集課程，共分兩梯次舉行，為期共 10 天，課程主題為「創意製片 A-Z 計畫-國際電影製片實務與製片技巧」，特別邀請國際級專業電影製片講師來台授課，分別為捷克籍講師 Karla Stojáková 和美國籍講師 Ronald Michael Norman。

二、計畫目標

本密集課程特別邀請歐美好萊塢背景之國際講師- Karla Stojáková 和 Ronald Michael Norman 來台授課，以增加製片課程多元國際及豐富性，計劃預定達成目標如下：

（一）強化師資，推動國際教學

邀請具有好萊塢電影產業背景之歐美國際著名製片行銷專家來台開設密集課程，本單位邀請之兩位國際講師，皆為國際電影電視產業界線上活躍的電影專業人士，不僅有豐富之製片實務經驗，且有雄厚之電影專業知識。

有鑒於台灣電影界較缺乏相關有實務經驗之製片師資，以及缺乏完整之電影管理、製片行銷、財務融資、著作權、電影發行與娛樂法等相關電影製片行銷課程。通過密集課程，主要目標是：強化本校師資、使師資更多元、更國際化，並實際推動國際課程教學，拓展國際視野。

台灣學子或對製片有興趣之社會人士皆可透過國際大師的專業電影行銷企劃經驗，擴大其國際視野，了解電影產業與文化，對於電影企劃案之編寫、製作行銷概念、電影融資等電影製片有更完整的國際概念。

（二）培育電影產業製片人才

配合國家發展計畫，引進國際製作師資，引進國際製作人才，促成臺灣電影行銷、宣傳的科技化和國際化，並學習國際產官學合作機制，學習創意與產業之結合，使本校能邁向文化創意產業的行列。

厚植電影管理的新觀念、培養學生建立行銷電影及相關衍生產品的理論與實務經驗，達到培育文化創意產業人才之教育宗旨，使學生成為電影行政與管理的專才，主為培養電影產品研發與製作電影集資、國際合作與著作權談判、電影管理、行銷與宣傳電影政策制訂與行政等專業製片人才。提升學生在製片等領域之專業素養，並從而協助提升我國劇情電影之國際合作製片與行銷能力。

(三) 強化課程，並整合跨領域學門知識

強化跨領域學門知識的整合，強化學習內容與產業發展趨勢之連結。本課程涵括電影製片管理等相關知識與專業，以期能補充實本所原有課程之限制與不足，強調製片理論與實務並重，學生依其專業取向，能將習得之理論應用於電影製片實務，實地應用於電影製作。

(四) 提升劇情電影之國際合作製片與行銷能力

學生透過此豐富課程內容，可實際發展電影製作計畫，由影片構想、談判改編權、發展劇本大綱、市場評估分析、進行編劇、籌措資金、籌組工作團隊、延聘主要演員等，即「從劇本變電影」的執行企劃，使之了解國際電影生態及製片實務，並研討直接相關的跨國／跨領域合作，以及與權利轉移相關的映演、周邊商品市場，使台灣電影能與國際接軌，強化國際化交流。

三、執行情形

計畫名稱：『創意製片 A-Z 計畫-國際電影製片實務與製片技巧』

※講師：Karla Stojakova (歐洲捷克籍製片)

課程主題：「製片創意與實務」

(Producing Producers)

參與學員：22 人

※講師：Ronald Michael Norman (美國籍製片)

課程主題：「在真實世界中製作」

(An Overview of Producing in the Real World)

參與學員：22 人

(一)開課情形-講授課程

講授課程 名稱	時數	參與人數									
		校內人數				校外人數				社會 其他： 人士	合計
		教師	博 士 生	碩 士 生	大 學 生	教 師	博 士 生	碩 士 生	大 學 生		
製片創意與實務 Producing Producers	21	0	0	7	1	2	0	1	2	9	22

五、執行成果分析與檢討

本密集課程主題定為『創意製片 A-Z 計畫-國際電影製片實務與製片技巧』，分為兩梯次舉行，期程分別為 10/17(週三)~10/21(週日)、10/31(週三)~11/4(週日)，為期共 10 天，上課地點為台灣大學創新育成中心 B 棟簡報室(100 台北市中正區思源街 18 號，自來水博物館斜對面)。

本次並特別邀請國際講師講授，分別由歐洲捷克籍電影製片專家 Karla Stojáková 和美國籍導演兼編劇、製片專家 Ronald Michael Norman 講師所教授，課程主題為講授歐美電影產業相關之「電影集資、國際合作與著作權談判」、「電影產品研發與製作」、「電影管理、行銷與宣傳」及「電影政策制訂與行政」等電影專業製片領域。

課程聚焦在電影發展之企劃與製片上，內容豐富，包含歐美國際電影合製、全球市場電影行銷、好萊塢電影類型及其行銷策略、國際製片人的基本訓練(語言、國際觀、題材、籌資、國際製作、市場發行、電影節)、國際買賣與製作前銷售、投資與融資模式、製作週期與預算控管等精彩課程內容，講師以有效的課程編排，並輔以實際案例說明、個案研討，便於使學生深入了解實際操作的各個面向。

此課程實際參與之人數約為 30 人，學員們之背景有本校電影創作研究所、藝術管理研究所與劇場設計系之學生以及校外的教師、學生，另有從事製作公司、法律、銀行、會計、編劇、設計、影視工作或行銷企劃之社會人士參與此課程。

此課程宗旨在培育高階的電影製作與行銷人才，達成之具體成效如下：

※強化國際師資，創新學生的電影製作新觀念

本課程之兩位國際講師，皆為國際電影電視產業界線上活躍的電影專業人士，不僅有豐富之製片實務經驗，且有雄厚之電影專業知識。

歐洲捷克籍師資 Karla Stojáková 擁有豐富的東歐電影獨力製片經驗，其講授東歐地區的電影製作及電影產業發展概況，並分享其在捷克製作獨立電影的劇本發展、企劃、前製作業、預算、籌募經費、電影開拍、版權、行銷預售、後製作業與發行行銷、電影放映等實務經驗。

透過國際創作與管理、行銷師資的分享其寶貴的歐洲電影製作實務經驗，台灣學子不僅可從中汲取電影製片經驗，學習完整之電影管理、製片行銷、財務融資、著作權、電影發行與娛樂法等相關電影製片行銷概念；熟習當前國際電影潮流與發展現狀，了解東歐與好萊塢電影產業與文化，使學生在導演、編劇及電影創作與製作之研究上，能與業界同步。

國際師資在台灣不僅可協助現職與新一代的電影編導製作人才，改進其製作與技術能力，從而提昇國內電影的藝術與技術水平，也可協助提昇相關產業（如電視、網路、電腦遊戲軟體）的創作水準。

※強調電影製片領域的管理與創意，培養高階電影製作與行銷人才

厚植電影管理的新觀念、培養學生建立行銷電影及相關衍生產品的理論與實務經驗，達到培育文化創意產業人才之教育宗旨，使學生成為電影行政與管理的專才，主為培養電影產品研發與製作電影集資、國際合作與著作權談判、電影管理、行銷與宣傳電影政策制訂與行政等專業製片人才，提升學生在製片等領域之專業素養，並從而協助提升我國劇情電影之國際合作製片與行銷能力。

學生將以開發有觀眾潛力並兼顧藝術與美學質感的電影類型與作品為起點，理解尋找創作資金與人才的策略與方法，並建立行銷電影及相關衍生產品的理論與實務經驗，成為電影行政與管理方面的專才。

※強化課程，提升劇情電影之國際合作製片與行銷能力

本課程強化學習內容與產業發展趨勢之連結，即「從劇本變電影」的執行企劃，使學生了解國際電影生態及製片實務，以期能補充實本所原有課程之限制與不足，強調製片理論與實務並重，學生可依其編劇、導演、製片專業取向，能將習的之理論應用於電影製片實務，實際發展電影製作計畫，由影片構想、談判改編權、發展劇本大綱、市場評估分析、進行編劇、籌措資金、籌組工作團隊、延聘主要演員等，進而提升劇情電影之國際合作製片與行銷能力。

(一) 課程時程、地點規劃

創意製片 A-Z 計畫-『國際電影製片實務與製片技巧』，共分兩個課程主題，第一梯次為 2007 年 10 月 17 日(三)起至 10 月 21 日(日)止，第二梯次為 2007 年 10 月 31 日(三)起至 11 月 4 日(日)止。每梯次上課時間為星期三/四/五晚間 18:30~21:30；週六/日白天全天自上午 9:30 至下午 5:00 整，上課地點於台灣大學創新育成中心(台灣大學水源校區)。

創意製片 A-Z 計畫-『國際電影製片實務與製片技巧』課程規劃表

	第一梯次
講師	Karla Stojakova (捷克籍)
課程名稱	「製片創意與實務」 Producing Producers
課程時間	10/17 (週三)~10/19 (週五) 晚上 18:30~21:30 10/20-10/21 (週日) 上午 9:30 至下午 5:00
上課地點	台灣大學創新育成中心 B 棟簡報室
	第二梯次
講師	Ronald Michael Norman (美國籍)
課程名稱	「在真實世界中製作」 An Overview of Producing in the Real World
課程時間	10/31 (週三)~11/2 (週五) 晚上 18:30~21:30 11/4 (週日) 上午 9:30 至下午 5:00
上課地點	台灣大學創新育成中心 B 棟簡報室

(二)『國際電影製片實務與製片技巧』課程表

創意製片 A-Z 計畫-『國際電影製片實務與製片技巧』密集課程分為二主題：「製片創意與實務 (Producing Producers)」、「在真實世界中製作」(An Overview of Producing in the Real World)，分兩梯次上課，課程表詳細安排如下：

創意製片 A-Z 計畫-『國際電影製片實務與製片技巧』

課程表

第一梯次 10/17(三)~10/21(日)

Subject 主題：製片創意與實務 Producing Producers

Lecturer 講師：Karla Stojakova, MA

Contact 連絡：karla@axmanproduction.com

Description of the workshop:

課程內容簡介：

The film producer is the “foundation stone” of a film production.

製片是整個影片製作的「基石」。

Producing Producers workshop will give basic introduction to the most important aspects of a film production and film financing in Europe and mid-Europe (Czech Republic) specially, will explain relationship between producer, director and screenwriter of a film and also the difference between producer and production manager while making the film through all its stages.

製片實務與行銷的課程，將對於歐洲，特別是與台灣情況相近的中歐(捷克)，影片製作和籌資的重點，做一個與好萊塢

對比的基本的介紹。也將解釋在製作的每個過程中，製片、導演和編劇的關係，以及製片與製片經理的差異。

We will compare the production of a short (possibly screening of Slavek the Shit, documentary (possibly screening of Never Been Better) and a feature film (possibly screening of Restart) – films I did produce and therefore thought it may be interesting to share my experience.

我們也將比較短片(擬放映 Slavek the Shit)、長片(擬放映 Restart)與紀錄片(擬放映 Never Been Better)在製作上的不同——這些都是我製作的片子，有幸能與大家分享經驗

Separately I will also touch an idea of a student co-production film in collaboration with other film schools and will also introduce the Asian film festival FILMASIA in Prague.

另外我還會提到兩所電影學校合製電影的例子，以及對布拉格的亞洲電影節 FILMASIA 做一番介紹

第一梯次 課程表

10/17 星期三 6:30 – 8:00 p.m.

Screening – feature film RESTART

放映電影 RESTART

映後講座

www.restartfilm.com

10/18 星期四 6:30 – 9:30 p.m.

- **The work and art of a film producer**
電影製片的工作與技藝

Producer is a person who is sometimes the author of a

creative idea, however shall be always organised and skilled manager, who is as well a partner to the scriptwriter and director in a creative dialogue (the importance of the “Triangle”).

製片有時是創意的發想人，也必須是位有組織、有技巧的經理人，更是導演和編劇在創作時的對話夥伴(製片三角的重要性)

The key areas of knowledge for a film producer are: marketing (the art of “Pitching“), financing and budgeting, legal and business affairs in all the stages of the film production: development, pre-production, production (filming itself), post-production and distribution (incl. journey around the world film festivals). Co-operation of the creative team in each stage. Focus on the European production and the life of a film producer in the Czech Republic

一位電影製片最重要的知識：行銷(投案的技巧)、籌資、編列預算，以及在前製、製作(拍攝)和後製、發行(到世界各國參展)等，各個階段的法律與商業事務、與創作團隊的合作等。我們會聚焦在歐洲的製作上，以及身為一位捷克製片的生活與經驗。

10/19 星期五 6:30 – 9:30 p.m.

- **The stages of a film production**

電影製作的各個階段

1) Development – finding the right story, creative crew and possible partner to finance the film, from the idea to the screenplay (plot, literary and technical script) Rights to be considered, contracts to be signed.

發展階段—尋找適合的故事、創作團隊和可能的集資夥伴，從創意到劇本 (劇情、文學和技術性的劇本)，授權，

簽訂合約等。

2) Pre-production - what a producer actually does while making a film? Location scouting, organising equipment and film crew, casting - shooting plan, insurance.

前製—製片在製作的過程當中要做些什麼？勘景、組織器材和工作人員、選角、拍攝計畫、保險

3) Production - filming in the set, the role of a production manager. Decision to work on film or video, equipment, production facilities, crew, actors, catering and security.

製作—拍攝。製片經理的角色。決定使用底片或是 video、器材、製片的用具、工作人員、演員、餐飲和安全。

4) Postproduction - editing, sound mixing, special effects (SFX).

後製—剪接、混音、特效

5) Distribution - The art and craft of the film distribution. Cinema or video distribution? Parties – Producer x Sales Agent x Distributor.

發行—電影發行的藝術與技巧。戲院或是 video 的發行？
有關—製片 x 行銷代理商 x 發行商

10/20 星期六 9:30-17:00

● How to finance the film + budgeting

如何替電影集資 + 編列預算

-Financing: film co-producers (domestic and foreign), TV pre-sales, TV co-productions, investors, sponsors, loans, distributors MG and sales etc.

-How to calculate the budget – making the independent production

-Cash flow while producing the film

-集資：合製（區域或國外）、電視版權預售、電視合製、
投資人、贊助、貸款、發行商等

-如何估計預算—獨立製片

-製作期間的現金流量

10/21 星期日 9:30-17:00

● **Screenings, Filmasia, summary**

放映影片，影展，總結

- Screening of the above mentioned films - sharing the
real-life film experience

- Introduction of an Asian film festival in Prague –
FILMASIA

- Summary of all that we talked about

- Q&A

- 放映以上提及的影片，分享真實的製片經驗

- 介紹布拉格的亞洲電影節：FILMASIA

- 總結以上所有課程

- 問答

第二梯次 10/31(三)~11/4(日)

Subject :

Producing in the Real World

主題：在真實世界中製作

Lecturer 演講人：

Ron Norman

Contact 聯絡：asiafilm1@gmail.com

Description of the workshop:

課程內容簡介：

- What is a Producer?
- 什麼是製作人？

In film and television credits, especially on high-budget Hollywood productions, there is an endless list of producers: Executive Producers, Studio Producers, Independent Producers, Co-Producers, Associate Producers, Assistant Producers, Line Producers. Everyone wants his or her name in the credits. Some deserve it; others use their negotiating power and connections to get included. Some work hard in the field, some sit at desks making phone calls. What exactly do they do?

在電影與電視的有功名單中，尤其是那些高預算的好萊塢製作，有一長串各種製作人，沒完沒了：執行製作、製片製作、獨立製作、共同製作、聯合製作、助理製作、製作總監。每個人都想在有功名單上，看見自己的名字。有些人實至名歸，其它人則利用溝通力量與關係，讓自己上

榜。有些人認真工作，有些人坐在桌旁打電話。他們到底實際上作了什麼？

第三梯次 課程表

10/31 星期三 18:30-21:30

Film Screening : (待確定) and Discussion

放映影片與討論

11/1(四) 18:30-21:30

- THE MANY TYPES OF PRODUCERS
製片的分類
- THE MANY ROLES OF A PRODUCER
在製作中所扮演的角色

Executive Producer

Producer (Studio and Independent)

Co-Producer

Associate Producer

Assistant Producer

Assistant to the Producer

Creative Producer

Supervising Producer

Consulting Producer

Production Executive

Coordinating Producer

Production Coordinator

Line Producer

Production Assistant

"Hands On" Producer

"Hands Off" Producer
"Producer in Name Only"

11/2(五) 18:30-21:30

● WORKING WITH CREATIVE PEOPLE

與創作者一起工作

Director

導演

Writer

編劇

Stars

明星

WORKING WITH CRAFTS PEOPLE

與技術人員一起工作

Other Producers

其他的製片

Cinematographer/Videographer

攝影師

Editor

剪接師

Crew

工作人員

11/3(六) 9:30-17:00

➤ 9:30 AM~12:00 Noon (Session One) 第一節

● PUTTING THE PACKAGE (PRODUCTION)
TOGETHER

把整套(製作)放在一起

Raising Money

集資
Co-Productions
合製
Creative Financing
財務管理
Budgets
預算
Contract Negotiations
合約談判
Production Value
製作價值
Art and/or Entertainment
藝術及商業面

12:00 PM~12:30 PM

Q & A

問答

12:30 PM~2:00 PM

Lunch (You Are What You Eat)

午餐

➤ 2:00 PM~4:30 PM (Session Two)第二節

● MARKETING

市場行銷

Advertising

廣告

Publicity

宣傳

Promotion

促銷

Public Relations

公關

International Marketing

國際市場

Why Films Made or Lost Money

電影賺賠的原因

MARKETING TOOLS

行銷工具

Media

媒體

Trailers

預告片

TV Spots

電視檔期

Posters

海報

DM

宣傳單

Press Kits

媒體工具

Promo Kits

促銷工具

AUDIENCES (Remember them?)

觀眾 (還記得他們吧?)

Genres

類型

Target Audiences

目標觀眾

Ratings and Censorship

分級與電檢

4:30 PM~5:00 PM

Q & A

問答

11/4(日) 9:30-17:00

➤ 9:30 AM~12:00 Noon (Session One) 第一節

● FESTIVALS AND MARKETS

影展和市場

Major Festivals

主要影展

A-Level Festivals

A 級影展

B-Level Festivals

B 級影展

Local Festivals

地方影展

Specialized Festivals and Markets

特別影展與市場

Major Markets

主要市場

Niche Markets

區隔市場

12:00 PM~12:30 PM

Q & A

問答

12:30 PM~2:00 PM

Lunch (Really)

午餐

➤ 2:00 PM~4:30 PM (Session Two) 第二節

● CULTURAL DIFFERENCES

文化差異

Taiwan

台灣

Hong Kong

香港

China

中國

Korea

韓國

Japan

日本

India

印度

Europe

歐洲

HOLLYWOOD VS. INTERNATIONAL CINEMA

當好萊塢遇上國際電影

America

美國(美洲)

Hollywood

好萊塢

The Rest of the World

世上其餘的地方

ETHICS

倫理與道德

Survival

生存

Making Profit

獲利

Helping the Taiwan Film Industry

幫助台灣電影工業

Helping Taiwan

幫助台灣

4:30 PM~5:00 PM

Q & A (Quality & Art)

問答

(三)『國際電影製片實務與製片技巧』課程紀錄整理

創意製片 A-Z 計畫
『國際電影製片實務與製片技巧』
課程講記錄整理

Karla Stojakova (捷克籍講師)

課程主題：

「製片創意與實務」

(Producing Producers)

課程時間：

10/17 (週三) ~10/19 (週五) 18:30~21:30
10/20 (週六) ~10/21 (週日) 上午 9:30 至下午 5:00 整

上課地點：

為台灣大學創新育成中心 B 棟簡報室
(100 台北市中正區思源街 18 號，自來水博物館斜對面)

日期：2007.10.17（三）

講師：Karla Stojakova

題目：製片創意與實務 Producing Producers

紀錄：張琦鈺

今日所放映電影為：《愛情快跑 Restart》

（導演：朱利烏斯塞夫契克；國別：捷克；年份：2005；片長：85min；規格：35mm；得獎紀錄：莫斯科影展、卡羅維瓦利影展）

Karla Stojakova 老師希望藉由此片可以與同學交換分享歐洲製片經驗。此部電影為捷克、芬蘭合製，歐洲的小國家由於生活經驗、地理位置相似相近，常常會有互助合作關係。導演是新人、低成本（20 萬歐元／25 萬美金）、堅持用超 16mm 拍攝、拍攝時間 45 天、拍攝地點在波蘭、延攬芬蘭才華揚溢攝影師。歐洲製片公司通常是以拍廣告、MV 或協助外國（尤其美國）來歐洲拍攝大成本商業片從中賺錢後，再拍自己想拍的作品，在生存不易的環境下，不同政府的補助資源經費，或是與工作人員溝通協調，先拿一部分的薪水，等片子完成後再分紅…都是求生方法。

有關此片發展：2003 冬劇本完成（導演+編劇花半年共同改寫）、2004 開拍、後製約一年（遇到底片損毀重新掃瞄）。建議：導演、編劇、製片應形成鐵三角，而非一人大權獨攬導致無法接受別人批評意見而喪失成長機會，若有三人共同分擔責任，可確保影片品質。編劇會希望保留自己所寫的東西而爭取當導演，但實際上孤軍奮鬥的寫作與共同合作拍片是不同模式，製片要考慮是否有拍片經驗，也許可以先合作其他短片，雙方建立信賴熟悉後再拍長片，在角色轉換中好編劇不見得是好導演，需要耐心等待時間。之後到各地參加電影展。（不要覺得自己是天才，不能拍別人寫的東西）

此片最重要的是女主角的想法，她的幻覺恐懼與現實如何交錯融合，拍攝敘事手法上要更加留意，不要忽略觀眾習慣平鋪直述傳統方式，可能會錯亂而無法進入狀況，雖是比較偏於實驗性質電影，但還是應盡力將故事說清楚。常與《蘿拉快跑》相提，都是一個女主角期限內達成任務，不過老師表示，他們只是想為年輕人拍攝專屬自己了解的故事，目標設定是捷克所以不考慮用英文發音，在捷克發行時有 7 個拷貝，此為藝術片的數量，通常是 20 個。戲院放映 2 個月，算是表現不錯，美國獨立經紀人也開始醞釀在美國發行，之後也跑過柏林、坎城影展，版權賣給芬蘭、法國、德國、匈牙利、波蘭 5 國。小成本電影小有成就。

捷克政府由於不想投資藝術片，此片沒有獲得補助。過程中沒有等到充足資金（約有 95%）就開拍，在減少支出壓低預算及獲得芬蘭政府資金、器材設備公司幫助

下才完成此片。最終不要忘記自己的承諾，讓工作夥伴拿到該拿的錢，否則未來失去信任，無法再合作。

有同學提問：拍攝長片過程是否藉由短片，來吸引爭取到投資人？老師的公司並沒有使用此一策略，老師通常會看過導演的短片決定是否要合作。此片女主角由導演發掘，表現很好，可惜未能得獎。捷克人口有一千一百萬，戲院票房前五名中有三名是國片，一年約有二十部國片，老師公司一年出一部長片、三部紀錄片、七部短片，同時手邊會有兩部影片發展，包括協助大的歐洲片或是好萊塢商業片來捷克取景。影片完成也需親自跑影展、推銷自己的結晶。老師屬於私人公司只有兩個女生，剛開始沒有想要拍長片，因為長片很難賺到錢。不過很願意與年輕有才華的導演、編劇合作，在低成本預算情況下，完成電影夢。

由於此片攝影師為芬蘭人（他父親是芬蘭知名導演），他是老師在學校認識的同學，介紹給導演，雙方很清楚此電影概念構想，工作順暢合作愉快，幾乎不需要製片出面協調溝通，也藉由攝影師找到芬蘭的剪接師及政府補助（後製經費），底片損毀也是在芬蘭修復，可見跨國合作之好處多多。

日期：2007.10.18（四）

講師：Karla Stojakova

題目：電影製片的工作與技藝

紀錄：駱亭伶 April

我來自捷克，一個人口大約 1 千萬的國家。我的電影公司——Axman Production，主要業務分為三個部份，一是自己的片子；二是幫助到捷克拍片的歐、美電影公司，處理拍片現場工作事務；三是協助亞洲電影公司的片子在歐洲發行。

其實，捷克與台灣的拍片環境有很多共通點，尋找資金皆不容易，因此希望能夠將經驗分享給各位，也希望各位同學有任何問題都能提出來討論。以下請各位學員自我介紹。

我叫 April，在本次工作坊擔任義工，本身是自由文字工作者，因為對電影和編劇有興趣，所以前來參與活動。

我是 Brian，住在洛杉磯，平常台北與美國兩地跑，在美國成立電影工作室，身兼編劇、導演與製片人，曾拍過多部短片，目前正在籌備一部長片，擁有美國電影和企管碩士學位。

我是羅玉珍，從事景觀設計工作，一直很喜愛電影，3 年前曾經在龍潭開了電影院，希望從各個面向來了解電影。

我是安娜，來自捷克，現在是北藝大電影研究所編劇組學生。

我是陳正飛，從事電視台 VJ 工作，希望多了解電影。

我是 Judy，曾從事廣告業，現在在中原大學教設計課程。

我是 Cindy，和 Judy 以前是廣告公司同事，目前任職於電影製作公司，正進行一部輔導金國片。

我是 Isbel，目前是國小老師，熱愛電影。

我是陳禹任，就讀北藝大劇場設計系，曾拍攝短片，因而對電影產生興趣。

我是白韻如，十分喜愛電影，曾經製作過 3 部短片，現在是自由文字工作者和編劇，正在撰寫一部電影長片。

我是 lily，即將從公務人員退休，熱愛電影，覺得電影是一個很有活力與潛力的行業。之前參加夏季工作坊，收穫很大，老師推薦的《不能說的秘密》看了五次，了解電影是商業也是藝術，很感謝老師的指導。

我是張瑞竹，從事演員工作，曾經參與電影與電視拍攝演出，這次參加工作坊，最想了解如何從拍電影中賺到錢。

我目前的工作，包括為自己想拍的片子去找資金提案，也有為別人的電影擔任拍片現場的製作工作，同學若是在自己目前的工作中，有遇到這兩方面的問題，可以盡管提問。

剛剛同學提到如何拍電影來賺錢，老實說，一部電影能否賺到錢是很難預測的，但是一個自己喜歡的故事，若是驚悚、搞笑類型，屬於觀眾比較喜歡的類型，賺錢的機率比較大，但是若是屬於藝術類型，和觀眾的距離較遠，賺錢的機率也小一些。

要怎樣成爲一個好的製片人，可以分爲下面兩種途徑：

一是從學校科班出身，二是從生活中去累積人脈。在捷克很多製片人都是在學校裡就開始學習掌控工作進度、人員，如何找經費等；不過真正要找到電影公司或是私人的投資者，還是得從實際的生活中去慢慢累積人脈與資源。

我之前就讀的電影學校，在大學時是學習如何把工作人員調度、預算都計畫整理的很好；到了研究所主要是學習如何找資金；不過學生畢業後還是會覺得老師教得不夠多。因此，最後還是發現，最重要的還是在於如何建立起自己的人脈資源。

在捷克，很少有公司會特別主動投資電影製作，也許會贊助，但是投資的情況很少。所以在歐洲或捷克，大部份會尋求跨國合作的模式，爭取各國政府的電影輔導金；另一個來源是歐洲的電視台，很多電視台喜歡與電影公司合作，投資電影。除了以上的管道之外，還有就是把版權賣給其他國家的片商，先預拿一些資金來當作拍片經費；或者是請出租拍片器材設備的公司免費提供器材，等片子上映後，再從實際營收中抽成分紅。

除了尋找拍片經費，製作人另一個工作就是發掘各種電影故事題材；可能是別人拿來的劇本、小說作品，或是從報上讀到的新聞事件；另依方面是製片人自己創作的故事，自己喜歡的小說作品，或是從報上看到的故事等。

目前在歐洲或是捷克，最常見的情況還是編劇帶著自己的故事來找製片人。現在捷克很流行拍攝古裝片，但是是年代較近的古裝片，例如捷克是從 1989 年脫離共產社會，很多電影都是描寫發生在 15、16 年前，脫離社會主義之前悲慘的故事。拍這樣的時代背景的电影比現代背景需要更多的經費。

另一個電影故事的來源，就是來自暢銷的小說書籍，因為如果已經受到讀者的歡迎，拍成電影後，成功的機率也比較大。通常這樣的情況下，如果作者本身還在世，通常也會參與劇本改編的工作。

當製作人的好處是，是否要拍攝這部電影，或是判斷這部電影的主題是否有吸引力，製片都是第一個決定者，電影要拍成商業或藝術取向，決定權也在製片。

Q：是否有碰過編劇或導演，堅持自己原有的方向，意見與製片不同，而另外尋求製片人的情況？

A：很多編劇都會把自己的劇本當成寶貝，不喜歡製片人來更動它。但是如果製片人認為這個劇本可能可以成爲一個好的商業片，他代表的是觀眾的角度，可能會請很多其他的編劇，一起參與改編工作，因為商業片需要更多人的意見，讓這個劇本更容易成功。但是另一方面，如果製片人認為這個故事已經很完美了，則不管是藝術片或商業片，就決定豁出去拍攝，就不會做任何的更動。

因此，我覺得最重要的是要保持製片、編劇和導演的金三角關係，這樣才能夠融入不同的意見，不會傾向某一方的看法。

其實，拍攝藝術片，也是期望能夠賺到錢，不會完全放棄票房；因此製片人就會和行銷公司、發行商配合，去想很多方式，例如在海報、行動活動設計上下功夫。有時可能會吸引特殊小眾族群的熱愛，藉由這個族群的口碑傳播給大眾，成爲流行，而賺了大錢。所以請本國的行銷公司主攻本地市場；或是國外的代理發行公司在國外行銷宣傳都是很重要的。

當時 Restart 在捷克的行銷宣傳是由 Publicis 廣告公司負責，他們本身並沒有宣傳電影長片的經驗，因爲很喜歡這部電影，所以願意免費爲我們策劃活動。有趣的是，參加了許多影展，Restart 片子本身並沒有得到任何獎項，但是行銷宣傳反而得了很多獎；所以決定行銷公司也是製片人的職責，要做出具有創意的決定。因爲另類與具創意的行銷活動，可以把觀眾吸引到戲院來。

Q：如果本身籌拍的片子，沒有得到政府輔導金，要如何去找到其他管道，是否

很容易被拒絕？

A：坦誠的說明實際的情況，還是有機會得到協助。像《Restart》，因為這是導演的第一部片子，所以捷克政府不喜歡這部片子，也沒有興趣投資，當時我們把實際狀況都讓芬蘭的政府和電視台了解，最後得到了機會。所以對一個獨立製片來說，一定要保持誠實的特質，因為建立了信用，雙方才會有繼續合作的可能性，

Q：當時《Restart》是怎麼進行宣傳活動的？

A：我這裡有當時行銷活動的 DVD，這幾天會放給大家看。

主要以「女主角 Sylvia 必須在 24 小時內找到她的男友馬丁」的構想出發，在海報上，秀出「馬丁，你在哪裡這句話」，不但整個布拉格貼滿了海報，也用噴漆寫在牆上、地上，引起話題，讓人搞不清楚是電影劇情還是真人真事，營造一種神秘感，網站上也不解釋，不但觀眾受到吸引，電視也來採訪，吸引人想到電影院裡一探究竟。

我們先休息一下。

拍電影時，最理想的組合還是製片、導演、編劇分別由三個人負責，最好不要是導演與編劇同為一人，以避免兩個人意見不同，成為死對頭的情況，尤其是第一部片，更要如此。

在歐洲，以前學校的製片訓練課程，製片人的工作多半是協助導演或編劇處理工作上的雜事，他們將演員、器材設備、外景等規劃好，然後交給製片人處理，製片人反而很少參與創意部份。但是在我的學校 Fama 學院就強調金三角組合的重要，跳脫了傳統的工作模式。

由於製片人必須募集經費，導演與編劇並不涉及資金來源這個部份，所以相對的製片人也有權力掌控有關拍攝期間的經費運用部份。例如如果製片覺得一個場景可能會花太多錢，可以建議修改。此外當劇本完成時，製片也可以建議適合的導演，這都是屬於創意構想的部份。

Q：拍片時編劇必須在現場嗎？

A：編劇最好不要在現場，因為拍片時會有很多工作，如果還要擔心劇本更改時，編劇的反應的話，會造成困擾。現在有了手機，聯絡上很方便，如果有需要修改對白，會請製片人打電話和編劇連絡，利用電話來完成工作。而且為了尊重編劇，劇本若有任何的更動，製片人有責任讓編劇知道，不要等電影拍完了，編劇都還不知道自己的劇本被更動，這樣就很不好。

行銷電影，做 PITCH 是很重要的，在影展中有很多 PITCH 的機會，可能要對 10~100 個人進行，這些人都是重要人物，如發行商、製片、投資人等。所以要學習在 3 分鐘內介紹自己的背景、動機，電影最精采的重點，要把 100 多頁的劇本濃縮成 2 句話，是很困難的事，但是要去練習。

RESTART 的 PITCH 是關於一個女孩要在 24 小時內找到她的男友的故事，目標是針對布拉格的年輕人，在製作的第一個階段已經找到了 30% 的資金。投資人在聽取 PITCH 時會問很多問題，都要事先做好準備，記在腦海中。

而 PITCH 時敘述故事的兩行文字，可能就是海報上的宣傳文字，所以可能要想很多版本，如果 PITCH 對象是汽車公司，就要想跟車子有關的內容。

在編列預算時，要同時預估最低預算和理想黃金預算，找資金前，要去想從哪些管道可以找到錢，例如電視台、政府、跨國合作等。

由於投資人很重視演員卡司，所以在設定演員時，可以設定大明星來吸引投資人，不必顧慮可能無法請大牌演員；因為大牌演員在成名前可能也受過很多人幫忙，也許願意幫新的製片公司，不必自我設限。

對投資人來說，製片要設定某種保證與目標，讓投資者相信可以賺到錢。對於贊助商來說，在意的是商品曝光的效果。

第三個部份，是很無聊的但也很重要的簽訂法律文件部分，包括導演、演員、工作人員都要簽訂工作合約，不要以為片子成本小就不簽約，都要寫的很清楚，以免未來片子成功，產生糾紛。

其他在音樂、出版商、攝影師部分也要簽約。有時候當片子賣出很多版權，可能成功時，有時工作人員會要求加錢，如果發生這樣的情況，就要中止工作關係，表示他是為了錢工作，而不是真的喜愛這份工作。當然，若是低估了資金收入，獲得充足的資金時，有良心的製片會主動提高工作人員的薪水，這樣是比較合理的。還有，有時常會找朋友幫忙，還是一樣都要簽約。

日期：2007.10.19（五）

講師：Karla Stojakova

題目：製片創意與實務 Producing Producers

紀錄：張琦鈺

電影製作過程可以分成五個階段：

劇本發展、前置作業、正式開拍、後製作業與發行行銷。

製作總監／執行製片 line producer 將會負責前置作業、正式開拍、後製作業部分（中間3個），比較不需要籌募經費，只要掌握不要超過拍攝預算，要有足夠支付工作人員的薪資，有時會遇到其他國家來捷克拍攝成本高的大片，讓本國 line producer 提供協助尋找拍攝地點、合作夥伴及選配角。

《不可能的任務 Mission Impossible》這樣的大片來捷克，簡直對電影圈的人而言是美夢成真，大家都期待能夠參與，獲得與好萊塢合作經驗，無論成功與否都很珍惜此次機會，若是成功當然是為將來打下一劑強心針。

聞天祥老師曾說，布拉格成為最受好萊塢大片青睞的外景地，包括《不可能的任務》、《限制級戰警 Triple X》、《騎士風雲錄 A Knight's Tale》、《神鬼認證 The Bourne Identity》、《哈特戰爭 Hart's War》、《神鬼拍檔 Bad Company》、《刀鋒戰士 2 Blade 2》、《西域威龍 2 Shanghai Noon》、《凡赫辛 Van Helsing》、《奪命鎗火 Running Scared》都於此攝製。請參考 <http://movie.cca.gov.tw/Festivals/Content.asp?ID=173&Country=1>

在劇本發展階段中，製片要找出具創意潛力的題材，不論從已出版的書籍或是找編劇構思故事情節、角色特徵，這時候要考量的是，到底要拍藝術（偏向個人風格、如何說服別人參與）還是商業片（市場是誰、以生意觀點考量回收成本），這會影響如何籌措資金，有同學問說是先找故事題材還是資金？Karla Stojakova 老師說要先有故事才知道自己成本，除非有大公司捧著錢要你拍某部片。大家都想拍叫好叫座電影，要思想面向不只藝術，還要包括哪些國家適合發行，相反的，若只想到商業，也有慘賠不如小成本賺得多的例子。批評商業電影導演只討好大眾不甚公允，老師認為只有好電影與壞電影之分，對於欣賞或討厭的建議，都是對電影很大鼓勵，如果觀眾覺得 soso，那就是壞電影。Karla Stojakova 老師相信好電影不會來自壞劇本，但老劇本不保證拍出好電影。

treatment 不同於大綱，需要更多細節約 10-20 頁，算是濃縮劇本，不需對白而是要精確的一句話。不論投資者或製片每天都需要讀 5-6 個 treatment。前置期劇本要完稿、獲得授權、簽好合約，並由第一副導完成分鏡劇本（左圖像故事；右聲效氣候設備細節）沒有對白，只是圖表，導演、攝影師、製片也會參與其中技術。製片經紀人將與第一副導 24 小時全力投入拍片過程，要負責尋找實地勘景、外景拍攝、攝影棚內景、選角試鏡（除非是量身定做，否則需要最多考慮，投資人

最在乎哪些面孔出現在銀幕)、使用數位格式或哪種底片…最後決定權不在他們身上，但要負責備妥，提供藝術指導、導演或製片討論選擇，也許各自有不同夢幻名單或礙於有限經費需要平衡。鎖定最後的工作人員名單及合約、設備、外景、租場地，並控制在預算內，經費也要到齊。

捷克拍攝時間是一星期 6 天，一天 12 小時，現代劇會花上 2 個月，古裝劇約 3-5 個月；法國是一星期 5 天，一天 8 小時，不同國家有各自的習慣與規定，若是超時工作要給加班費，不能讓工作夥伴有被剝削的感覺。製片、製片經紀人與副導要安排拍攝當天所需工作人員，並非所有人天天報到。每日都要紀錄工作日誌，記載特殊事項，並可得知自己工作進度是否落後。剪接工作不要累積到最後才做，若是數位就應該立刻用筆電檢視，拍攝中期就可以剪出預告片，可使預算成本降低。

格式問題，HD (High Definition 高畫質，1920*1080 高解析電視及數位電影) 由電子信號 VIDEO 轉換成影片 Film 現今技術可使畫面清晰；35 釐米電影 (35mm) 標準規格影片，專業人士首選，色彩質感較好，不易保存處理昂貴；音效問題，拍攝現場會有不可預期突如其來的聲音，安靜的可能性太低，故後製時要求演員重錄，搭配上音樂與畫面結合，處理一些風吹草動細微聲音，也不致浪費底片，成爲最終播映版本。

發行公司決定映演檔期、戲院，錄影帶、DVD 通路及電視版權，行銷活動要針對國內外市場有靈活調整，跑影展、競賽或觀摩，爭取其他國家發行。

日期：2007.10.20（六）

講師：Karla Stojakova

題目：製片創意與實務 Producing Producers

紀錄：張琦鈺

歐洲如何籌募經費

製片公司若是自己拍攝長片，須思索錢的來源，在尋找工作夥伴時，為因應不同國籍市場需求，故事題材上也要考量不同地域適應性，主要投資人商機在於拿最後分紅；另外也有其他廠商可預購影片（定價低），也就是置入性行銷，舉凡衣食住行育樂，無所不包；可向器材設備出租公司談條件，比方以票房的百分比，做為交換免費使用 50 天，通常他們非常樂意，因為工具已有。

有些大企業集團，每年會編列預算投資在文化、環保議題，若能爭取到他們的案子，拍攝影片便會以非商業為主，不要求營收；或是向銀行貸款，要注意影片無論是否賣座，都得還錢；在西歐、美國常見 GAP 貿易融資貸款模式，願意投資在 500 萬以上大成本影片，不用還但票房營收他們是第一順位；剛開始找資金不要第一個想到他們，除非你的資金差最後 10%、有其他擔保、特別公司或你的夥伴夠強，否則他們不願冒風險。

拍片進行一半，可能會出現資金缺口，可能要說服主要工作人員減薪，先給一部分，再給影片票房的百分比，這是一個高風險的工作，其中製片是關鍵，要做出對的判斷，若是停拍就什麼機會都沒有。從一開始發展要找出能吸引人的故事，同時想到後端行銷發行，找到合作過、有信心的導演，不超過預定時間，以免錯失檔期或無法到各地參展宣傳。

通路預售方面，半年後 DVD 就是再給影片一次生命，裡面能承載照片、預告、短片或被剪掉片段，有些片子不會上院線，反在 DVD 吸引觀眾。電視台從付費、有線、基本台，都是可以賣版權的地方，甚至多年後的小影展，可以收 100 歐元或美金。製片工作可認識很多人，影片後製時要開始準備下一部片，帶著你的作品參展時可順道預告下個新作，影展是最佳社交場合，因為你拍片時間可能長達一年，根本沒機會與外界打交道。

一般定義電影作者是導演、編劇、演員…製片會希望給一個價錢，但通常具有份量的人（當紅一線）就越可以談分紅，有名大牌導演甚至一個人可佔 50%，電影完成後一年，委託會計師便可以知道是否賺錢。有關版權問題，從最初小說發展到劇本及音樂，音樂家若去世 70 年作品即成公共公用，只需聯絡錄音唱片公司；音樂家活著就必須取得本人和唱片公司授權。

預算細節項目

月份	金錢 收入 income A	支出 costs B	balance A-B	總額 total
1	160,000	50,000	110,000	110,000
2	320,000	50,000	270,000	380,000
3	100,000	50,000	50,000	430,000
4	160,000	50,000	110,000	540,000
5	400,000	600,000	-200,000	340,000
6	260,000	600,000	-340,000	
7	160,000	100,000	60,000	60,000
8	160,000	100,000	60,000	120,000
9	100,000	100,000		120,000
10		100,000	-100,000	20,000
11	100,000	100,000		20,000
12	80,000	100,000	-20,000	

案例分析：

長片預算約 200 萬美金，4 個夥伴合作投資，分別是

- 1)政府電影經費分爲第 1 個月 16 萬、第 5 個月 40 萬、第 7 個月 16 萬、第 12 個月 8 萬，共 80 萬；
- 2)電視台經費分爲第 2 個月 32 萬、第 4 個月 16 萬、第 6 個月 16 萬、第 8 個月 16 萬，共 80 萬；
- 3)製片公司經費分爲第 3 個月 10 萬、第 6 個月 10 萬、第 9 個月 10 萬，共 30 萬；
- 4)發行公司經費在第 11 個月 10 萬。

合約上要注明資金何時匯入，時間點很重要。前置期約需要 20 萬；拍攝期約需要 120 萬；後製約需要 50 萬；發行則需要 10 萬。

第 5-6 個月爲資金流量吃緊時間，有可能發不出薪水，要事前做好溝通告知；第 6 個月要節省開支，否則拍完就成負債；第 12 個月理想是打平收支，但通常會超出預算，故利潤來自票房。

日期：2007.10.21（日）

講師：Karla Stojakova

題目：製片創意與實務 Producing Producers

紀錄：張琦鈺

觀賞《Never Been Better》紀錄片

自古塞拉耶佛（波士尼亞-赫塞哥維納首都和文化中心）就因地利之便，接納各種種族宗教，清真寺、猶太教堂、東正教教堂、羅馬天主教堂比鄰而立。1992年，塞爾維亞人以種族淨化之名，領軍包圍塞拉耶佛，展開長達三年半的種族大屠殺。一萬一千名城民死於戰爭，1984年的冬季奧運賽道 Bjelasnica 布滿地雷與炸彈，榮景破壞無遺。直到1995年，北大西洋公約組織發動空襲，簽訂戴頓和平協定後，才終止慘絕人寰的戰事。

導演 Ivana Milosevicova 便在此背景下逃至捷克，除了要面對她原生祖國外，更重要的是她必須抉擇是否放棄波士尼亞國籍成為捷克籍，此部紀錄片便是她返鄉尋找自己的旅程，也讓觀者跟著她的腳步，讓我們看到一個因政治宗教理念不合長期分裂的社會，如何展現堅韌生命力，以天性樂觀幽默態度，在生離死別來臨前微笑以對，也讓我們感受到戰爭荒謬無情的一面。

2006年10月在捷克獲得最佳紀錄片，並到多倫多參加影展，導演現在正在古巴拍攝紀錄戰爭中的女人。

紀錄片成本會比長片低，平均7萬5千美元，可向電影基金、紀錄片基金、其他歐洲國家專注戰事之基金會籌募資金，此片資金除了向政府申請補助，25%來自老師的製片公司，有一部分來自導演之前的獎金。紀錄片通常作者就是影片導演、編劇，並參與後製剪接，大量花時間在資料庫、尋找舊新聞。拍攝過程只需導演、攝影師、錄音師，沒有演員、場景、服飾、道具困擾，大部分的錢會花費在住宿旅費上。

Karla Stojakova 老師於學生時代便投入製片工作，最瘋狂手邊同時處理5-10部電影，那時住家裡，有家人照顧，直到搬出來，有經紀人協助，Karla Stojakova 老師還是認為一次一個計畫不適合她，她也鼓勵同學要同時進行多部影片。

薩拉熱窩的羅密歐與茱麗葉

http://www.i-part.com.tw/diary/diary_viewpage.php?o=434413&d=307

<http://movies.nytimes.com/movie/395744/Never-Been-Better/overview>

<http://movie.cca.gov.tw/Festivals/Content.asp?ID=230&Country=0>

<http://movie.cca.gov.tw/Column/Content.asp?ID=387>

Karla Stojakova 老師介紹 2006年製片協會將捷克所有影片之預告片、訪問片段集

結成 DVD，並挑選出精彩影片推薦之。

▲《我曾侍候過英國國王 I Served the King of England》

捷克導演伊利曼佐曾獲得奧斯卡獎，此部電影也由知名小說改編，預算約 500 萬美金，高成本的古裝戲，有 2 家電視公司參與，大家此片高度期望，電影一出來，與導演先前作品做對比，並沒有達到先前水準，影評失望觀眾也不甚喜歡。

捷克有一千萬人口，有 10 萬人次票房就算不錯，但導演曾有 100 人次觀影紀錄的作品，此片雖超過 10 萬人次，以成本比例、社會資源幫忙打廣告看來，有雷聲大雨點小之嫌。

至於海外版權部分，由於是去年聖誕節上映，仍有成長空間。

<http://mypaper.pchome.com.tw/news/aa2028/3/1288005600/20070607202041/>

▲《fimfarum》

捷克一年有 2 部動畫，成本約 100 萬，營造出想像空間，包羅人性脆弱與良善，內容老少咸宜。資金來自贊助廠商及政府基金。

<http://www.ceskatelevize.cz/specialy/fimfarum/en/index.html>

▲《Marta》

小成本約 25-30 萬，有獲獎，導演年輕，故事描述一個俄國女生逃至捷克被 2 個男生救，中間發展出種種感人情節。

<http://rickpowell.wordpress.com/2006/09/10/film-response-new-czech-film-marta/>

<http://www.imdb.com/title/tt0896947/>

▲《The RaftersII》

青春商業片，雪板故事，成本約 150 萬，發行費另計，裡面有太多置入性行銷，商標明顯，影評認為太過度一下子就發現，有打擾觀眾觀影心情。新人導演成功的給年輕人喜劇，第 1 集初試啼聲獲得肯定後，第 2 集便有許多廠商願意贊助。

▲《Holiday Makers》

目標觀眾設定在家庭，改編自成功小說，導演是第一次拍長片，之前有拍攝過電視影集，演員也拿到後端分紅。

<http://movies.nytimes.com/movie/348202/Holiday-Makers/overview>

▲《Grand hotel》

導演與製片年紀輕輕就小有名氣，成本約 100 萬，是結合藝術與商業的電影。

▲《Lost Holiday》

捷克年輕女導演在瑞典發現手提箱裡面有 22 捲底片，有 10 個不知名亞洲人的 756

張相片在北歐旅行。(斯堪地那維亞地區Scandinavia，包括丹麥、芬蘭、挪威、瑞典等四個國家，因地理位置近北極圈，豐富獨特自然景觀)紀錄如何根據相片開始一連串追蹤這些人的冒險過程。非常成功的影片，花了2年在尋找正確地點與人物，在這個號稱全球化地球村的時代，這部影片帶來不少啟發。

學院製片合作、政府資金挹注、捷克的亞洲影展

不同國家的工作夥伴是很好的事，因為可以獲得不同觀點，impossible= I m possible 處處都有可能，與外國合作不用擔心恐懼經驗不足，要多利用電影協會或是網際網路找出有用資料，與不同國際的工作人員合作，甚至還可以申請他國之補助，或是利用學院參與跨國合作，老師表示她非常樂意介紹提供歐洲相關資訊。你要做的準備是找出一個具說服力的理由，來申請資金或是讓人願意幫助你。

有些區域型城市(北歐：丹麥、芬蘭)電影基金明文規定一定要跨國；私人基金則會依據其屬性，限定主題類型，例如動畫或是歐洲影像(Eurimages)是以雙邊協定，多國多邊的媒體投資基金。

短片也有特別的基金，也有發行人喜歡你的短片而放在另外一部長片之前，兩片可能有關係也可能毫無相關，各種情況都有可能。收費方面也分成固定一筆錢或是依票房收入比例，甚至有創作者目的希望更多人觀看影片不收費。

電視台對短片有興趣，會一次買一批短片，用一分鐘多少價錢去談，不過對導演來說，短片是磨鍊自己拍攝長片準備，短片基本上賺不了錢。

捷克的亞洲影展FILMASIA今年已經是第3年，希望藉此能使多一些亞洲片在東歐發行，去年主題是台灣，每年會選擇一位導演做為主軸，去年是侯孝賢，今年12月第1週就是亞洲影展，主題是香港，未到聖誕但天氣已經變冷，大家可以到戲院取暖。老師是在跑影展時接觸到亞洲電影，她非常喜歡亞洲電影，所以想在布拉格辦影展，由於大家對亞洲電影的陌生，非常難找到願意贊助廠商，共有44部電影參展，每部需要100美金版權，還不包括運費。歐洲觀影習慣是寧願看字幕，不願聽配音，除非是動畫片主要觀眾為小孩子。

亞洲片要在歐洲市場成功很困難，比較出名的如：

《十面埋伏 House of Flying Daggers》、《臥虎藏龍 Crouching Tiger Hidden Dragon》、《功夫 Kung Fu Hustle》、《花樣年華 In the Mood for Love》、《2046》、《原罪犯》、《復仇是我的手段》、《選擇》(導演朴贊郁響譽國內外的「復仇三部曲」)、《三更2之盒葬》(日本導演三池崇史Takashi Miike)，台灣導演侯孝賢、蔡明亮都有自己的影迷，但票房沒有太特別。

對恐怖片接受度高，這是大眾商業考量，但拍片時不一定要遵循。製片發行會依據先前經驗，知道哪些地方不好賣而做調整。

捷克沒有特別限制好萊塢入侵，從年度票房排行前五名國片就有三名，外片一般來說表現不是太好，不過對法國片情有獨鍾，他們是全世界政府補助第一名，影片本身資源豐富之外，捷克與法國新浪潮有共同的歷史記憶。全國戲院總數800家，專放院線電影的布拉格有10家、全國有20家；平均全國票價4美金，布拉格則7-8美金。捷克沒有太多片廠，大部分都是獨立製片，需要其他工作人員協助在你提案的時候，簡短用5個句子（5W）解說，發生背景、大略預算、預計收入、發行通路、媒體宣傳、誰是你的合夥人、投資／補助比例是多少、集資報告百分比…情況。

Karla Stojakova老師提到在捷克拍攝外景，一座知名的橋一天收費3萬美金，有些古堡則是一三千，博物館一廳室內約3-5千。稅務方面有針對外國人退稅優惠，相較於其他西歐國家，捷克拍片便宜約30%，可吸引法國、德國來此地拍攝。老師公司即是提供國外影人來捷克拍片事宜，可提供建議諮詢，成為與政府當局溝通管道，處理公文（取得文件需花3週），實際拍攝地點，因為捷克有許多古蹟，一定要先獲得公部門同意。

歐盟影視政策發展之研究

<http://commdb.nccu.edu.tw/age/industrydiscuss/file/21.pdf>

創意製片 A-Z 計畫
『國際電影製片實務與製片技巧』
課程紀錄

Ronald Michael Norman (美國籍講師)

課程主題：

「在真實世界中製作」
(An Overview of Producing in the Real World)

課程時間：

10/31 (週三) ~11/2 (週五) 晚上 18:30~21:30
11/3 (週六) ~11/4 (週日) 上午 9:30 至下午 5:00 整

上課地點：

為台灣大學創新育成中心 B 棟簡報室
(100 台北市中正區思源街 18 號，自來水博物館斜對面)

2007 國際培訓電影製片秋季工作坊

日期：97 年 10 月 31 日（三）

講師：RON NORMAN

題目：看電影《發暈》& 解析

紀錄：義工駱亭伶 April

大家好，今天請大家看一部電影《發暈 MOONSTUCK》，這部 1980 年代的電影，當我第一次看時覺得它是娛樂商業電影，但是後來覺得它是一部藝術片，在各個藝術環節上表現很好，女主角的演出也很精采。因為這部電影是 HAPPY ENDING，向來喜歡嚴肅主題的影評界，不太重視這部電影，未給予應有的肯定，或許是因為它的結局太甜蜜了。我認為不管是好電影或壞電影，最少要看兩次，第一次以觀眾的心情去看，第二次以導演、製片或編劇的角度去看；若是真正的好片，就要看第三次；像這部電影我個人已經看過 12 次，每次看都還有新的發現。

（放映《發暈》~結束）

希望你們不會覺得這部電影太老，這是一個很完美的劇本，編劇只有一位，可以證明原創劇本就非常好，不需要太多修改，導演只有在剛開始的部份做了更動，現在的電影編劇通常是由好幾位編劇合力完成。這部電影的導演不是很出名，片子的成功和劇本有很大的關係；但是導演的表現還是很不錯的，導演的成就在於指導演員的演出，使得片中演員的演技能夠發揮得淋漓盡致。一般來說，要是男女主角演得不錯，其他演員表現平平，就表示導演沒有作好他的工作；因為主要的演員通常已經是自己的導演，知道如何表現，但是次要角色演員就非常仰賴導演的引導。

一部片子能夠成功，算是個奇蹟，需要很多很多幸運，因為電影的環節太多，一處沒有處理好，就可能搞砸整部片。製片的角色就是去請到最理想的工作人員和演員，讓電影的各個環節都能夠做好。

希望大家看電影時可以區辨得出來，這是一部好電影，還是這是一部我喜歡的電影；前者有關於導演是否在各個環節做出正確的選擇，成功達成目標；後者則是關於自己的品味喜好；在看電影時，就算是自己不喜歡的類型，也要能夠看出導演是否有盡到職責去做出好的選擇。我覺得這部片在各方面表演都十分完美，片中角色沒有一個是多餘的，每個角色都有其目的和用處；例如片中爺爺去墓園，出現的每一個老友們，形象都讓人難忘。

這部電影很重視角色細節，這部片算是雪兒和尼可拉斯凱吉的成名片；演出之後，凱吉的演技終於被人肯定，擺脫了他是靠教父導演叔叔柯波拉入行的說法，這個角色是個性比較誇張的，他演出時剛開始也是比較誇張，但是隨著劇情慢慢

調整，越來越自然。

女主角雪兒的角色也十分令人難忘，每個看過這部電影的人，想起這部電影就會想起她；電影拍攝完畢，當時影評界認為這部片子會失敗，因為雪兒本來是女歌星，凱吉是名導姪兒，都不是以演技出名，其他角色和編劇也都不知名；電影上映後，歐洲的觀眾和許多影展都給予好評，但是媒體和影評人，並沒有把它列入經典行列，主要是認為這部電影不夠嚴肅，還有影評人對太甜蜜的結局反感，因為這些侷限性的想法，而未給予這部電影應有的肯定。

這部電影當時設定的目標觀眾是成年女性，以及陪同女性看電影的男友，和同性戀男子。

電影的音樂也用的不錯；一方面選用了許多歌劇，音樂和劇情、畫面配合的很好。此外還用了義大利老式情歌，故意找比 80 年代還早了十多年的流行音樂，這是因為片中的主角住的是

紐約的老區－布魯克林，所以故意呈現這種過時的氛圍。

片中人物的口音、誇張的動作表演；舊舊的有點髒髒的場景；都很寫實的呈現了紐約義大利後裔族群的樣貌與生活，沒有過度美化也沒有負面的東西，不像伍迪艾倫電影中，呈現的是比較完美的紐約客。

女主角雪兒一直爭取演出這個角色，演了之後，果然很多人都認為他是個很好的演員。演出時，她的片酬並不高，前半段的扮相也很老，到電影後半段才變成亮麗的模樣；在攝影和打燈方面都做了特別的調整與變化。其實，雪兒這個角色，代表的就是導演心目中的紐約。

在服裝方面，他們請到一個很有經驗的人負責，好萊塢的片廠型式雖然有其缺點，但往往能讓美國拍到其他國家無法拍出的片子，因為它的人才太優秀了，像這部電影的服裝化妝就很出色，例如雪兒媽媽的服裝，就完全符合當時那個年代的家庭主婦的穿著。

在故事方面，有人說，現在的故事已經所謂新鮮的，從希臘到莎士比亞，所有的故事都說完了，故事只在於細節的不同。一般學生電影的通病是只是把故事講完，但是對於細節卻不注意。這部片很好的地方是放入了很多細節，但又很自然，不會刻意去強調，不像香港片會用很近的特寫去強調。例如片中剛開始雪兒到商店買酒，店主夫婦吵架又合好，雖然與故事主線推展無關，但是卻是很好的細節，烘托了劇情。

另外，剛開始飾演哥哥強尼的演員，和雪兒在餐廳吃飯求婚的戲，演的很好，時間也抓得很好。加入了一個老是被女學生潑水的教授的角色，當強尼下跪求婚時，他以為他在禱告，這個笑點的製造恰到好處，讓觀眾會笑，又不會太誇張，

而且十分符合這個角色的特性，觀眾相信這個人真的會這樣想。我認為電影應該像一條河流，流暢之間又有些激起波浪的小石頭。

片中有兩個主題，一個是死亡，一個是愛情；片中表現死亡卻是並不沉悶。這部呈現愛的主題的電影，主角刻意不選擇俊男美女來演出，表現出每個人不管是任何年紀都需要愛；片出現的滿月代表愛的主題，天天是滿月的情況，並非導演太笨，而是為了呈現一種童話故事的氣氛與感覺。

我們再回頭談談細節。片中剛開始雪兒對父親提要結婚的事情，爸爸用力的敲桌子再站起來，表示反對；後來雪兒也做了同樣的動作，敲的時間點抓得剛好，這是導演的設計，演員也演的很好。片尾媽媽要求爸爸不要再跟女友在一起，爸爸再度敲桌子站起來然後又坐下，這都是很好的細節。此外爸爸和媽媽對話時，常有些小手勢，這是演員自己加的或劇本原有的？這就得讀劇本才知道。

不同的文化中美的標準是不一樣，我們一般看到電影中的大明星覺得他很美，這也是電影文化創出來，東方人也許認為西方的女人比較美，例如雪兒；但是西方人看東方人也覺得很美，有時評價比東方人自己還高。

再談談教授的角色，他每次都會被年輕女人拒絕，最後他遇到了雪兒的媽媽，跟年長的女人在一起，終於可以比較輕鬆，後來媽媽還對他說，他其實是一個喜歡作怪的小男孩，將男性的這一面寫的很好。

音效方面，自從電影《星際大戰》中喬治盧卡斯做了強大的音效後，很多人都以為音效剪輯越多越好；但是在這部電影中，沒有對白與音樂的片段，呈現一種留白、靜靜的氣氛，其實表現的很好。雪兒第一次出現是長鏡頭，從很遠的地方拍過來，一般電影通常不會讓主角這樣出場；還有雪兒剛開始的肢體語言是直直的、僵硬的；後來因為得到了愛，整個身體語言也變得柔軟，表演的層次相當細膩。整部電影雖沒有大事件，不是警匪片，但是震撼力很強，和無間道和布魯斯威利的片子相比，都一樣給觀眾帶來震撼

另外一個細節就是，就是哥哥強尼告訴雪兒，和弟弟已經有五年沒有說話，比五的手勢後，又偷偷看了自己的手，這得看第二遍才會發現，這個小動作是隱藏了兩人鬧翻的原因（凱吉的手被切斷）。還有當強尼要出國時，先走了幾步回看雪兒，雪兒也回看他，強尼才想到她是

未婚妻，應該吻別一下；然後雪兒親他之後，他本來要回親後來又不敢，代表這個角色無法表達自己的感情。整部電影就是鼓勵大家要去追求自己的感情，雖然像凱吉所說的，愛帶來很多糟糕的事，但是還是要去爭取；不要像哥哥一樣，永遠只有付出一半的愛。

]

這部片子也常常有一個角色講的話，另一個角色會再重複，在電影中共發生了四

次。此外，場景也刻意拍曼哈頓夜景和建築物，表現故事是發生在曼哈頓的對岸，也就是比較貧窮的區域；當時是在多倫多拍攝的，因為在加拿大拍攝有減稅的措施，同時多倫多有些地方和紐約的老區蠻像的。另外一個有趣的地方就是，爺爺的角色，他牽著五隻狗到墓園，雖然墓園的招牌寫著不准帶一隻狗進去，他卻一腳把招牌踢開，這不只是笑話，也代表祖父這個角色的個性，根本是個什麼都不在乎的老人。

片中唯一有用到攝影技巧的地方，是雪兒剛開始和躺在床上的媽媽聊天，轉身看鏡子時，一般來說，會把鏡頭焦點放在鏡子裡，影像應該是清楚了，但電影中鏡子中的自己是模糊的，而且保持了好幾秒，這是為了表現這個角色仍然不知道自己是谁，自己想要什麼。

這部片子，利用大量歌劇的理由有三點：

- 1 是因為男主角凱吉看起來應該是喜歡龐克搖滾，但卻喜愛歌劇，讓觀眾感覺差異性很大。
- 2 歌劇像天堂來的音樂，讓兩人相愛的氛圍像是在天堂。
- 3 義大利人本身就喜歡歌劇，平常的聲音、語氣和肢體動作就像是歌劇的演員。一般的好萊塢電影會安排觀賞搖滾演唱會，這樣可以出 CD 原聲帶賺錢，但這部片卻不這樣做。

這部電影是拍給三、四十歲的觀眾看，所以也要選擇符合其喜好的音樂；儘管如此，最後還是吸引到大學生等年輕人來看電影。

片中的一些肢體細節安排有趣，例如雪兒賞凱吉兩巴掌，而且比第一次更用力，一般電影通常只有一次。此外尼可剛出現的身體語言，是彎腰駝背的，後來站的比較挺。雪兒在教堂裡對著沒有看到臉、且不能發生性關係的胖神父告解，這些都是刻意的安排。還有雪兒到叫灰姑娘的美容院做頭髮，也代表美國人的價值、美的標準，都是從迪士尼來的。造型後的她，化妝特別濃、頭髮特別膨，是因為這個地方的人讓為這是性感的標準。去看歌劇的時候，劇中男女主角握手是戴著手套的，跟最後凱吉的手一樣。所以好的製片是會請注意細節的工作人員來工作，但是不好的製片，則是會請最快速度完成電影的工作人員。這部電影的導演強勢的操控了觀眾的情緒，讓觀眾情緒跟著劇情起伏，十分厲害，一般電影這樣做是不太好的，但是導演處理的卻很不錯。

星期四請大家準備兩分鐘的 PITCH，星期六會請練習曲的導演過來，請同學先去租 DVD 來。

2007 國際培訓電影製片秋季工作坊

日期：97 年 11 月 1 日（四）

講師：RON NORMAN

題目：學員 PITCH 演練&製片人的角色與各種類型

紀錄：義工駱亭伶 April

請同學上來 PITCH 自己的劇本，將老師當成投資者。

同學 A：這部電影片名是彈簧床，故事是描寫一個精品家具商人，很會賣床也很會將女人搞上床。但是在事業與情感得意的他，卻一直和太太生不出孩子。有一天，她的女友告訴他懷孕的消息，但是醫生卻宣布他根本沒有精子。所以他面臨了究竟是要對妻子坦白自己的不忠，還是承認自己沒種的難題。

導演楊順清，曾經以《牯嶺街少年殺人事件》獲得金馬獎最佳編劇，以及在 2004 年以《台北二一》獲得亞太影展最佳導演。這部電影預計在明年春天拍攝完成。

老師：這是個很好的 PITCH，前半段用了 1 分鐘，很清楚的讓人知道故事往哪裡發展。第二分鐘則著重在導演的背景，因為導演算是出名，所以這樣強調很好。建議如果還有時間，可以增加：片子的類型、目標觀眾、屬於限制或普通級、預算多少、拍攝進度、何時上映，在國際市場的機會如何。

這個劇情外國觀眾也會覺得很好笑，所以可以到國外放映，或是參加國外的影展。我喜歡這個故事的 idea，走的是幽默喜劇路線，是一個很完美的 PITCH。

同學 B：片名叫做「我所相信的夢想」，是個浪漫的愛情故事。海報上的標題會寫著：「男主角問：一個台灣女孩可以為愛的人犧牲多少？女主角回答：就像一個男人可以為了他的理想犧牲那麼多。」這個故事是有關於一個德籍男生一心想在好萊塢成名，他的女友是一個來自台灣的女孩，一直陪伴他，度過人生的低潮，但是後來這個男生遇到了一個比他年長且強勢的好萊塢女製作人，他拋棄了女友，和女製作人在一起，他終於成為好萊塢的大明星，但是後來內省，還是決定回到自己真正愛的女友身邊。

老師：這個 PITCH 有點太長，比較偏重在談故事大綱，說了太多的細節。整個故事有兩個部分，就是愛情和好萊塢成名。類似主題的電影十分普遍，主角為了名利，出賣靈魂，然後如何覺醒、最後回到原來的自己的過程。許多電影都演過，尤其是在搖滾音樂界，樂手變成大明星，犧牲了家人或女友，後來如何回頭等等。

PITCH 時要讓人感受角色的熱情，用的字詞要強烈、清楚的把感覺表達出來，因為 PITCH 時間很短，不管你的電影是喜劇或侯孝賢的藝術片，都要讓人覺得很精采，即使是較沉重的故事，還是要讓人感受到這是一部你很想完成的片子，用更多帶有激情的字眼，讓對方感到你的熱情。

老師：為什麼用德籍男主角、台灣籍女主角以及美籍的女製作人？

學員：希望對於跨國市場有幫助，吸引歐洲、美國以及台灣本地的觀眾。另外德國的男主角是因為覺得德國人比較有自己的原則，懂得內省，最後才會知道自己錯了，被好萊塢所欺騙；選擇台灣女孩的原因，是因為台灣女孩比歐美傳統，為愛情犧牲；美籍女製作人代表的就是好萊塢的世界。

老師：要注意的是，美國的年輕人對德國男主角和台灣女主角會完全沒興趣，這樣的選角安排，不一定能抓住國際市場。

學員發問：PITCH時要說出劇中人的名字，還是只要說一個男人、一個女人如何如何....

老師：最好還是說出角色名字比較清楚。

下一位學員 C PITCH

學員：這是一個很有趣，可以賺很多錢的劇本，現在已經有很多電影公司想要投資。故事發生在古老的中國，那是一個鬼比人還多的年代，男主角是個道士，擅長與鬼溝通，以及創作鬼的料理。女主角是一個白天是男生、黑夜是女生的角色，少了他（她），這個朝代就會滅亡。這是一部奇幻冒險類型的電影，可以創造許多周邊商品，例如電玩、玩具等，目前正在尋找導演。

老師：妳說這是一部奇幻冒險電影，像是東方的哈利波特嗎

學生：是的！

老師：妳剛才提到會製作周邊的商品作成玩具，會作哪些呢？

學生：包括每個不同的鬼和男女主角造型的公仔玩偶。

老師：是恐怖片嗎？

學生：屬於比較幽默另類的鬼片，但不是恐怖片。會有很多特效。

老師：預算多少？

學生：預算是兩億新台幣、六百萬美金，為了亞洲市場，會請很多亞洲各國的藝人來演出。

老師：PITCH時，若是很清楚的說這是一部亞洲版的哈利波特，會很有幫助，因為不管是不是真的可辦到，因為哈利波特很賣座，投資者聽到就會很有興趣。哈利波特的玩具和其他電影比起來算是偏少，不知道是作者不想推出，還是其他原因，若想生產玩具，事前要作多一點市場調查。由於這是一部幽默喜劇類型的電影，會有武打和許多特效，所以剛才這位同學 PITCH時，加些手勢和音效是很好的，在 PITCH時肢體語言很重要，盡量誇張沒有關係。在國外，有時還請演員幫忙，所以講話時，手動來動去沒關係，尤其是奇幻冒險片，更適合如此。

我認識很多製片，本身不敢上台 PITCH，有的人就請演員幫忙，這也是可行的，只要能夠用最好的方式展現出來就 OK。在故事構想方面，也許創作時是很有熱情的，但是要多往製片和觀眾的角度去想，因為投資人只在乎能不能賣錢，好不好行銷。

學員 D：這是這是一個有關婚姻的故事，我覺得現代人找對象，最好是男的要錢；女的要善良溫柔。但是我認為最重要的應該是雙方是否有共同的目標，故事的結局不會停留在結婚的那一刻，結婚之後才開始。我的故事的女主角年紀是 40 歲，她離了婚而且沒有事業，她以為她就快完蛋，結婚多年她只會兩件事。就是很會作菜，還有兩個可愛的小孩。後來他因為很會作菜，變成有名的廚師，而且還有自己的電視節目，她克服了生活的困難，交了可愛的男朋友，和前夫也變成朋友，大家一起同桌吃飯。

老師：這部電影的目標觀眾是女性嗎？要注意年輕女孩不想看離婚的主題，而男人對於離婚之後成功女人的故事也不會有太大的興趣。對於片的類型，可以說的更清楚一點，放在海報上一句話也可以說出來。如果是喜劇類型，特別好笑的地方可以強調，喜劇是屬於語言上的喜劇、英式冷調還是低級可以再說的詳細一點。另外女主角的樣子可以以描述，譬如像瑪丹娜或是其他大明星，可以讓對方聯想其他類似的作品，節省 PITCH 的時間。

PITCH 必須詳細清楚而且令人難忘，讓忙碌的製片人到明天還是記得。記得要展現自己的專業，就算是第一次，也不要看起來第一次，過程中要開心興奮一點，不只是推銷電影，也是推銷自己，表現專業、贏得信賴。

千萬記得，製片人不會想聽你說自己的夢想，例如多想當導演，幾年級就想當拍片，多想拍這部電影等，這些都不用提，因為他們根本不在乎，只在乎這部片能不能賣錢。

最好事先調查製片是來自哪個國家，因為不同的文化有不同的作風，例如美國人的動作很快，兩三分鐘過去就結束了，也不會特別請你喝茶，除非有意合作。也要了解製片拍過哪些片子，或是有何特別的興趣，他如果以拍青少年性喜劇為主，就不要拿柏格曼的片子去煩他，事先調查清楚，可以節省彼此時間。此外，你是從哪個國家來並不重要，可以不用提。

Q：老師說必要時可以找演員代打，真的 OK 的嗎？被發現會不會不好？

A：可以說他是合作夥伴，不是演員。除非他自己暴露身分，對投資人說有興趣他要演某個角色，否則是 OK 的，不會穿幫。也不用怕投資者會問演員一堆問題，

通常他們的時間都排得很滿，聽了之後沒時間問問題，有興趣就約下次見面，否則就是沒興趣。

第二節

周三發的劇本，並非偉大的劇本，但是可參考一下西方的劇本型式，整個劇本是 102 頁，所以只有幫大家印前面和後面。這是一部跨國製作的商業片，但也有藝術的元素在裡面，美國劇本的格式，是使用多年來累積下來的模式，這樣做只是為了效率，讓讀的人可以很快讀下去，很方便，不會跳來跳去。現在美國編劇界普遍使用的 FINAL DRAFT 軟體，也並非沒有這個軟體就不能寫劇本，這個軟體發明前還是很多人在寫劇本，像我就都不用。

接下來談製片的工作類型與職稱，但是大家不用太在乎說哪個職稱的工作細節是什麼，因為實際狀況是彈性的，真正的職務和職稱不一定吻合，製片就是不像攝影師和導演的工作都是很明確的。

以下介紹製片組的職務名稱與工作內容。

EXECUTIVE PRODUCER：主要負責籌募資金，沒有實際參與太多的電影製作過程。

PRODUCER (STUDIO AND INDEPENDENT)：同時負責找資金和實際參與拍片過程以及行銷、發行的人。

CO-PRODUCER：是 PRODUCER 的合作夥伴，因為製片人一個人不可能做所有的事情。

ASSOCIATE PRODUCER：比製片人職位低一個等級，是製片助理，幫助製片人處理一些較瑣碎的事情。

ASSISTANT PRODUCER：比 ASSOCIATE PRODUCER 更低一級，處理更細節的東西，像是幫劇組人員買咖啡等。

CREATIVE PRODUCER：是電視製作才有的角色，所有故事構想的發起都是從 CREATIVE PRODUCER 發起的，其上還有職位更高的 Producer，但整個電視影集的製作都是由 CREATIVE PRODUCER 所掌控。

以前電影、電視和舞台劇三者的導演與演員都區分的很清楚，電影的水準等級比電視高，電影演員通常不可能去演電視，舞台劇演員也是。但是現在三者經常合作。15 年來，因為有線電視崛起，改變了生態，最好的人才都跑去電視圈，現在好萊塢拍的電影雖然還是賺很多錢，但是水準反而沒有影集來的好。

因為電視影集拍攝時間較短，許多電影導演會利用拍攝兩部電影之間的空檔，去拍 6 集的電視影集，CREATIVE PRODUCER 就是負責找不同的導演來執導，這

個角色有如藝術總監一般，一半是生意人、一半是藝術家，但是電影的製片人就算是生意人，這就是電影和電視製片人的不同。

現在美國的電視影集表現，近十年來已經超越電影，例如慾望城市，還有科幻影集《4040》，沒花很多錢在特效上，卻做的很好；連電影演都覺得怎麼會每一集都作的這麼好看。而且影集的市場也越來越大，有些雖然播了一兩年已經結束，但是 dvd 還是繼續出租或銷售，連 20 年前的影集現在還可以租得到。

Supervising Producer：監督管理拍片流程，雖然導演是有全部的權利但還是被 COORDINATING PRODUCER：這個職銜定義較為模糊而有彈性，基本上對電影製作有所貢獻的人，即使幫助不是很大，都可能被放在這裡。例如拍古裝片，就需要對於電影背景年代歷史很了解的人；或是想邀請阿湯哥來拍戲，如果有人剛好跟他很熟，能夠幫忙找到電話甚至搞定；甚至幫劇組帶啤酒等，都有可能列入 COORDINATING PRODUCER 名單之中。

PRODUCER COORDINATING：比 COORDINATING PRODUCER 職級再低一級。

LINE PRODUCER：現場製片人，是由製片人請來負責每天在拍片現場和導演溝通，是製片人與導演之間的溝通者，其通常不會去處理藝術表現方面的問題，因為製片人不可能常常出現在拍片現場，需要有一個人在現場管理與處立拍片事務。

PRODUCER ASSISTANT：負責一些很瑣碎的事務，例如幫忙加油或倒咖啡等。

在老的好萊塢片場年代，製片人會負責整個電影的前後製作，不只是募資金和找演員、導演；現在則是分工越來越細，很多時候是先有工作項目和工作人員，然後再掛上一個職銜，甚至有些人在製作過程幫上了忙，卻沒有拿錢，因此在最後的工作人員名單上打上他的名字，所以與製片相關的職銜是很彈性且工作內容並不是全部都是制式的。

Hands On Producer & Hands Off Producer：這兩個不是電影製片中真正的職銜，是我自己對製片類型下的定義，前者屬於早期片廠的製片人，例如《飄》的製片，掌控所有的事情；後者只是負責只負責資金的部分，其他都交給專司的工作人員。Hands On Producer 有時候可能會要求太多，踩到導演的工作，會和導演吵架，所以許多導演反到希望製片人最好是 Hands Off Producer。

我認為如果有兩種製片，一種是經費多但不專業，另一個是製片經費只有一半，但是是個很好的製片人，寧願還是要選擇後者，因為前者可能會把片子搞砸。

時代不斷轉變，製片的工作也是，1962 年拍攝的《007》第一集，製片部份只打出兩個名字；最新的《007》第 21 集，則有 10 個不同的 Producer，《駭客任務》也有 10 個製片人；電視影集《CSI 犯罪檔案》則有 35 個，不管是真是假它就是列了這麼多。

當導演同時當製片的例子在電影圈比較多；必須體認一件事，製片人很難出名，不像導演和演員會成為名人。編劇身兼製片的例子在電視影集較常見，其提出整個構想，還負責與電視公司洽談。總之，像台灣的製片可能同時負責燈光和買便當的工作，在美國是不可能發生的。

THE SCRIPT

下面談到劇本進行的不同階段與名稱術語

CREATING：創意

EDITING：修正

HIGH CONCEPT & LOW CONCEPT：舉例來說，主角的任務是把 20 輛車子炸掉，是高概念的構想，容易行銷；如果是兩人喝咖啡談戀愛，屬於藝術片型，難以行銷，屬於低概念的構想。

但是建議大家寫劇本時，想什麼就去寫，不必太管 HIGH CONCEPT & LOW CONCEPT 這些規則，後面的事情交給行銷處理。史蒂芬史匹柏很幸運的是心裡想的同時也是大眾要的；但是布列松就屬於藝術型。當年《魔戒》很轟動，賺了很多錢後，後繼一系列模仿者卻都沒成功；差別在於《魔戒》導演是因為很熱愛這個故事，所以才創作；其他片子卻是因為想賺錢，所以才去創造所以就失敗了

TARGET AUDIENCE：目標觀眾。

Logline：是用一、兩句話表達出整個劇本最精華之處，把它寫出來不只是給製片與投資人看，令其決定要不要繼續讀大綱，對自己也很有幫助，讓自己在寫劇本的過程不斷的重新去整理，這個故事想說的到底是關於什麼。

Tagline：有點類似 Logline，但差別是一兩句放在海報或預告片的話，有助於行銷，最好越短越好。

在好萊塢，大片通常很多人，10 多個編劇一起來修改劇本；獨立製片或是台灣編劇請的人就少，可能一個或是最多三個。我曾經當過導演和編劇，在法國導演是最重要，但是我認為一部電影劇本是最重要，有了好的劇本。請普通的導演來執導可能還是一部好電影；但是壞的劇本很難變成一部好電影。在好萊塢，經常

劇本還沒完全修改好就開拍，因為是跟銀行借錢，所以希望節省時間。未來如果你們自己拍片，最好等劇本完全確定再來拍。

劇本不要拿給爸媽或是男女朋友看，他們不是因為不想讓你傷心而不敢批評；不然就是故意說劇本很爛，希望你放棄這一行，當然若你的父母是李安，或是搞創意的人當然也 OK。通常也不要給老師看，因為老師往往要證明他懂得比學生多，當然也不是所有老師都是壞的，請教授讀你的劇本，最好不要找那種只有一種方式可以寫劇本的人，尤其是出書教別人如何寫劇本的，通常比較固執。必須知道的是很多人不懂得怎麼讀劇本，因為劇本比較像技術文件，是關於如何把文字變成銀幕影像，很少劇本讀起來不無聊。若是有自己覺得很好的劇本，試著去找人合作。總之不要被批評給打垮 要分辨哪些意見是建設性的，哪些是破壞性的，關於如何找經費，我們星期天再來談。

Q 布列松的電影都是藝術片，為什麼他能夠拍那麼多電影。

A 因為在法國有一群人認同他，願意出錢讓他拍片，支持他，所以雖然是藝術片仍然有市場。

2007 國際培訓電影製片秋季工作坊

日期：97 年 11 月 2 日（五）

講師：RON NORMAN

題目：如何與創作者一起工作

紀錄：義工駱亭伶 April

一部電影成功最重要的是什麼，按照經驗，我認為按照順序是 1.編劇 2.明星 3.導演 4.製片 5 攝影 6 場景 7.預算。最重要的應該是劇本，有了好的劇本，即使導演和演員都不是那麼有名也可以克服。製片人好不好與電影好不好比較沒關係，因為製片人的工作是負責讓拍片過程不要出問題，角色像個保姆；即使是一個好的製片人也無法把一個壞的片子變好；不過他卻可能把好的片子變爛，因為製片的職權可以影響創意，若是行銷沒做好，也將影響一部電影的成敗。

在好萊塢，最重要的是導演、明星和製片人；但是在台灣，製片主要是避免電影拍攝遭遇困難，不太會影響全局。《詭絲》的表現不是很好，問題不是因為行銷沒做好，而是一開始劇本就沒有發展好，所以很多人不喜歡。

以下介紹美國電影史上的賣座電影，並分析其賣座的因素

前十大電影依序是《飄》、《星際大戰》《真善美》《E.T.》《十誡》《鐵達尼號》《JAWS》《齊瓦歌醫生》《大法師》《白雪公主與七矮人》

根據統計歷史上票房最好的片子，經過通貨膨脹的計算，許多老片反而名列前

矛，其成功的原因都不一定，例如第一名亂世佳人，是因為擁有超級大明星；真善美因為歌曲好聽；星際大戰是因為特效與故事；ET 則完全沒有大明星。鐵達尼號最吸引人的賣點，是人們想看船如何沉沒。我們可以發現前十名大部分是靠特效和故事取勝。

賣座前十名之後的電影中，第 17 名的《侏儸紀公園》是因為行銷很有創意，儘管片子不是很好，但還是賺很多錢。其它影史上的賣座電影《TOP GUN》是因為有好的劇本。而《洛基恐怖秀》是 70 年代的電影，因為有一小群觀眾，超級喜歡這部電影，傳播口碑，使其連續三十多年，一直都在某個戲院放映，締造了票房。很多賣座的卡通片例如《海底總動員》，電影公司以為找大明星來配音可以奏效，但是其實觀眾根本不在乎是誰配音，主要是被故事吸引。《阿拉伯的勞倫斯》是榜上難得的好片，完全是因為劇本的關係。編劇對於中東問題，在多年前就提出了卓越的見解，讓人覺得當年編劇所掌握的中東情勢，比現今的美國政府還要強上許多。

也有些片子拍的很差，但是因為行銷好而賣座，像《美國派》，算是給年輕人看、屬於低級趣味的電影。另兩部類似的《絕命終結戰》和《驚聲尖笑》拍的不錯，但是因為行銷沒那麼好，而賣座不如前者。迪士尼的《幻想曲》也是剛上片時票房很差，但是經過好幾十年後，運用新的科技做新的版本，每隔幾年就重新上戲院，累積了很好的票房。

在排行榜上靠大明星的片子有《虎豹小霸王》、《法櫃奇兵》，不過後來的模仿者都失敗了。在台灣，電影很難靠一個大卡司就賣錢，只有靠劇本和之後的行銷手法才有可能。而且行銷不是靠砸錢，必須靠創意。目前台灣電影最難的部份就是找錢，但是終於拿到錢拍了片，行銷卻也做不好，前後都出了問題，導致電影沒人看。

台灣電影製片的環境，不像國外可以有許多人一起合作，頂多只有一、兩位，剛開始要負責籌募經費，要找工作人員和演員，拍攝中若出問題或是預算不夠也都要去解決，片子拍完之後的行銷要去主導，最後賣版權也是靠他，所以製片人必須當一個很好的生意人，領導者，也是心理醫生，當劇組有衝突時要去協調，導演太年輕的話，也要負責指導，是相當多重的角色。

現在導演權利不是很大，以前台灣的老導演大家都很害怕，常會跟製片吵架，拍片超出預算也不管，現在這種情況不可能存在。現在台灣的年輕導演喜歡拍反映人生的藝術片，花的成本少，但吸引的觀眾更少，台灣電影的問題就是出在這裡。

我之前在一家拍 B 級電影公司，原來的導演因為吸毒而沒法拍完電影，而由我

接手。所以製片在選擇導演時要了解他的人格，個性是否太瘋狂或有不良嗜好，以免發生無法完成電影的情況。

建議大家去拍部片子，熟悉拍片的過程，學習和藝人、導演溝通，不要只做一個籌募資金的人，累積經驗。有了拍片經驗，若是導演提出要找輛賓士車來爆炸，超過預算，若有經驗就可以提出其他方案，給導演其他選擇，而不是一下子就回絕要求，影響合作關係。

當製片是一個很好的經驗，在明星和導演前常要撒謊，但最好是一些白色謊言，不會傷害到別人，所以當製片也是要有一些演技，可能常常要撒謊。去了解自己是什麼樣類型的人，若是個性很害羞，可能就不太適合，因為製片常常要去參加很多 PARTY，深入了解自己的個性，究竟是嚴格的還是溫和，因為工作時，若去故意裝成另外一種個性，一兩次還 ok，長久下來就不太可能。要去了解自己究竟喜歡製片工作的哪個部分，適合參與哪個部份，不喜歡錢的人就不要去負責找資金。

若是自己的個性，不適合拍恐怖片或是文藝片，就不要往那個方向，盡量去察覺自己，去拍些自己喜歡的作品，不用怕，不要為了賺錢而拍某種片子。我在東南亞看到一些電影已經有好萊塢的水準，但是成本少了很多，所以努力還是可以做到的。

第二節

我在好萊塢的電影製片經驗談

好萊塢常常急著拍片，劇本都還沒寫好就開拍了，因為演員都有簽約，若超過拍攝期，通常拿錢就走了。以前我常常幫改過很多遍的劇本作調整，盡量讓它看起來沒有這麼糟糕。若是劇本一直重寫，就表示製片的溝通能力不好，沒有好好跟編劇溝通，因為劇本不是小說，看到文字就要有畫面，好的製片必須可以看出劇本要怎麼調整，所以製片提出具體且詳細的提議，不能只對編劇說我不喜歡這個劇本，要說的詳細點，例如這兩個角色的對白，跟後來的個性不搭等。試著去寫劇本，當對劇本有意見時才有能力具體提出。

協調也是製片人的重要工作，在好萊塢像湯姆克魯斯這種大牌，勢力很大，當他們說不喜歡導演時，最糟的情況就是導演被換掉，所以當他們發飆時，製片人要盡量安撫說服他們，不要讓最後的情況發生。製片人有時就像個爸媽、導師和心理醫生，要懂得與他們相處，要說服他們繼續合作。

其實好萊塢很多明星，如梅莉史翠普很 NICE，茱莉亞羅勃斯也很好，只是個性

比較急躁，拍攝時製片人要一直鼓勵她。不同國家也有不同明星制，例如印度的大明星，知名度高到可以去選總統，所以勢力遠勝過導演，製片要負責好好溝通。導演若是對其他小牌演員也一樣尊敬，會讓他們的表演更好。很多演員喜歡跟個性溫和的名導長期合作，錢少拿也沒關係。但是跟個性比較不好的導演合作，就會開高價，搶錢搶的更凶。

到別的國家跟當地製片合作，不要因為彼此個性不合，或是計較頭銜而害得電影拍不下去，還是要以熱愛的電影工作為主。到國外例如菲律賓拍片，不要覺得高人一等，如果尊重當地工作人員，對方做事會比較勤勞踏實，使合作更順利；到大陸拍片不要提到阿扁，必須入境隨俗。當製片想跟攝影師提出建議，一定要透過導演，最好三個人一起坐下來談，因為攝影師是對導演負責。在後製剪接時，製片雖有權利主導剪接，但也是最好與導演、剪接師三人一起坐下來談。不要光從行銷的角度去看電影，好萊塢片廠常有這種事，因為製片把電影剪短，使得觀眾看的一頭霧水，所以 DVD 要另外出導演版。千萬不要說覺得自己最懂行銷，就堅持己見，最好還是大家合作，才不會傷害到電影。

製片人跟工作人員的關係比較屬於是錢方面，而不是創意範疇，如果拍片需要直昇機，我寧願採用別種省錢的方式，將錢用在買食物給工作人員上，比較實在。因為獨立製片常因為工作人員效率不好的問題，影響到片子的品質，

我很喜歡好萊塢的電影，但不喜歡好萊塢。在過去片廠的黃金時代，一切都是片廠決定，包括電影明星的名字跟誰結婚都是由公司設計的。現在不再是這樣，但媒體仍有一半消息是假的，全都是為了市場行銷。美國《Variety》是全世界最重要的電影雜誌，裡頭有很多電影產業新聞，包括票房、發行、製作等，勢力很大，立場也很獨立，即使前面有廣告，影評還是會狠批，另一個《HOLLYWOOD REPORT》則八卦比較多。建議大家多多閱讀，去參加其他影展時，跟別人說話會比較有信心。其每個月都有特別的專題報導，內容比較厚，也會列出各個國家的電影發行公司和影展，閱讀之後，用的英文字會比較專業，即使不是很會用，也可以讓對方知道你是了解業界的，樹立自己專業的感覺。

一般人認為好萊塢是美國電影的象徵，但是好萊塢其實自成一國，像一個神話和傳奇，美獨國立製片電影才代表著美國電影。例如哈里遜福特本來是木匠，後來變成了大明星，在公共場所出現人們都把他們當神。在好萊塢，名導走在路上大家都會往他那邊衝，在香港，劉德華出現也許會，其他國家也有這樣的情況，但是台灣就不會，若是侯孝賢走在路上，好像沒有人會衝過去，明星的行銷好像也比較低調，沒做得那麼誇張。

其實很多好萊塢明星不會覺得她們自己是神，也和一般人一樣，例如強尼戴普也

知道自己只是普通人，但是當很多人崇拜他的時候，會分不清現實，精神容易錯落，所以有些大明星，成名後就搬到山上或鄉下，拍片時才到好萊塢，否則平常完全不能出門。

奧斯卡金像獎是製作好萊塢神話的重頭戲，弄個長長的紅地毯，有次我去參加般獎典禮，很多人對我拍照，其實他們根本不知道我是誰，進去之後，發現梅莉史翠普自己在泡咖啡，跟一般人一樣，所以好萊塢的消息大部分都是假的、創造的，大家喜歡讀八卦，崇拜明星之餘，也喜歡看他們摔的很慘，變成酒鬼之類的，這是很複雜的關係，因為這樣所以蘋果日報才會這麼受歡迎。

Q&A

Q：如果電影中要用到音樂，版權問題如何解決

A：在美國通常有專門的公司去負責，例如要拍 101，要拍古裝片，好萊塢就會去找一個團體是專家去做調查，作顧問，外包給別的公司。在以前我知道名導胡金銓注重史實，所用的珠寶都是真的。用出名的音樂，費用比較貴；變通的方法是說出自己想要的音樂 STYLE，然後請一個團體創作類似的。

在美國，版權費用也是會看是好萊塢製作還是獨立製片，對方索取的費用可能差很多。很多電影在製作過程和拍完後，會請律師事務所去檢查劇本和片子中，是否有任何被告的可能性，這些律師必須是專注在娛樂業的，因為電影和其他產業的法律是完全不一樣的。

在美國的電影或製片課程，很多都會請很多業界人士來上課，但是要去分辨是真正有用或是只是在 PROMOTE 自己，也可以透過書店找書來看，美國或台灣都有些不錯的書。當製片人，比較是關於理想而不是現實，我在年輕時就和許多電影科系的學生一樣，爲了拍片把卡刷爆，也沒有把錢賺回來。製片工作在現實來看是完全不合理的工作，但就要看自己的熱情到哪裡，每次擔任製片，可能只有唯一的機會，所以要好好珍惜。而當上製片是很有成就感的，可以說若是當過製片人，日後可以做任何事都沒有問題，可以處理的很好。

明天會請《練習曲》導演過來，請大家把握機會問問題。

我想以前的好萊塢片廠制度，應該不會在出現在大陸，現在唯一創造八卦形象是經紀公司，大陸政府很想創造亞洲最大的影展，比韓國的釜山還大，他們的機會蠻大的。據我了解，大陸的電影產業不喜歡香港，因爲覺得香港電影開始的比較早，人也比較自大，大陸人認爲他們會垮掉上海，未來會靠自己往上爬。不過，大陸現在還沒有辦法創造類似皮卡邱或是米老鼠的卡通人物。我認爲 MIFFY 畫的比米老鼠還好，即使沒有表情也知道他的心情。

2007 國際培訓電影製片秋季工作坊

日期：97 年 11 月 3 日（六）

講師：RON NORMAN

題目：上午：陳懷恩導演譚練習曲 下午：好萊塢的製片環境與市場行銷

紀錄：駱亭伶 April

NORMAN：今天早上我們很難得請到《練習曲》的導演陳懷恩來談電影的製作與行銷過程，同學有問題可以多發問。

（以下為陳懷恩導演經驗談）

今天會來這裡，是 NORMAN 老師曾經幫忙片子處理一些英文翻譯的問題，來了之後發現是台灣電影中心辦的課程，現在《練習曲》參加國外影展的部份也是請台灣電影中心來處理，可以說彼此很有緣分。

最近我都在進行校園的巡演放映的工作，因為《練習曲》DVD 在 9 月 19 日發行，很多學校單位希望能夠邀請我們去進行討論、談電影的創作歷程，或是請男主角到校園，後來一直在辦文化活動的國泰人壽也覺得很有意思，於是合作，規劃了 8 場的校園巡迴，去的學校主要也跟他們業務範圍有關的地方。

《練習曲》放映以來引起許多迴響，《練習曲》練習曲在製作和行銷方面，呈現的現象到底是什麼是今年國片中很特別的例子，因為他看起來一點都不商業，卻引起商業的效應，我想分享其中的製片經驗，片子所造成的現象，以及這樣的現象和作者的關係是什麼。

一直到《練習曲》上片之前，也就是今年農曆過年前，整部片子都是我一個人在弄，除了技術拍攝部份，整個片子到拷貝出來，有四五個月都是我和太太在弄，也是因為跟我的行事作風有關，因為我和工作人員都有簽約，時間到了就離開，我不會希望拖住別人的時間，所以最後自然只剩下我一個人，大家也許很驚訝，這部片後製竟然是像學生習作一樣的靠導演一個人去做出來，其實大家都可以做到，只是要花很多時間。

事後很多人問我剛開始拍這部片的時候，有沒有預料到今天說的結果，我都假裝謙虛說沒有，其實在我早就預期到，我覺得這樣的題材會有機會。

先跟大家報告，我的經歷。我入行已經 25 年，但是斷斷續續，這 10 年來我只參加過 4 部國片的攝影，之前主要跟著侯孝賢導演，跟了很長一段時間，但是跟著侯導謀生有問題，因為侯導拍片的節奏很慢，不只是拍片慢，籌備期可能長達半年，會被綁住，這段時間沒有經濟上的支持，也很難去接別的案子，侯導也不會

care 這些東西，因為他本身也是對錢不會太計較太多，所以也沒辦法去要求他，他屬於對電影很堅持、很積極的那一型人。

在 10 年前，因為也有了家庭，我覺得這樣下去不行，所以就離開了班底，也因為大家交情都很深，拖了很久，後來我去廣告公司工作，侯導也開始作其他的事，其實是蠻好的。後來拍廣告拍了三年也煩了，後來我就幫張作驥拍《美麗時光》，感覺還不錯，又參與了楊順清《扣版機》，鄭文堂的《經過》以及《7-11 之戀》的攝影部分。後來我也離開廣告公司，以獨立廣告工作室的型態，屬於 free、彈性的狀態。

2005 年有兩件事對我很重要，一是幫觀光局拍了短片，一般人其實不會去接，因為預算很少，要找一個人同時作導演又作攝影，台灣其實沒有幾個人可以做，所以就找到我。本來不想做宣導片，後來想說但是有人出錢去旅行也不錯，交換條件就是希望照我的意思來，也不需要去開會溝通。

結果拍完之後，很多朋友看了很感動，大家可以找 DVD 雙碟版來看，比較接近我的想法，雖然觀光局還是希望拍圓山大飯店、中正紀念堂等傳統的觀光印象的東西，但是我還是按照我的想法去拍，當然也因為我在廣告公司工作過，對於從客戶的立場去設想已經有概念，所以後來他們對於結果也都可以接受。那時候讓我感到很訝異的是一個宣導短片的東西，竟然有很多人看了很感動，讓我我相信一定有一些東西是有人想看的。

很多人問我幹嘛要當導演，因為台灣的電影攝影師不到 5 個人，其他是廣告片出身的攝影，因當導演後就不會有人找你當攝影，一直當攝影師比較安全。但是我為何非拍《練習曲》不可，除了拍觀光局短片興起一個 idea 之外，還有一種使命感，進電影圈 25 年，以前聽人家說攝影師一年可以拍兩三部片，後來變成三年才有一部戲可拍，以看到台灣電影製片環境改變很大，也看到台灣製片環境不會因應作業的調整和預算，來靈活調整，例如那時候跟侯導拍戲，因為他喜歡找自然寫實的非演員，所以要事後找演員來配音，製片組後來沒法配合，最後變成了導演組在配音，我們按照場記表，幫忙找嘴型在配音。

整個過程，我看到台灣的電影一部部少了，最基本的問題就是台灣電影失掉了觀眾，電影的行銷很重要的基礎，就是要掌握哪些人是去看電影的觀眾，老實說《練習曲》讓很多人感動，但是不一定去看，他造成了整體的社會氣氛，但是還是有很多人並沒有去看。但是已經算是十年來少數的特例，台北市票房衝到 900 多萬，一般來說國片台北票房衝到 5、6 百的已經不多，千萬的極少，通常 300 萬就會放鞭炮。過去盛夏光年有 5 百萬、天邊一朵雲有一千多萬、國土無雙有四百萬、十七歲天空有 6、7 百萬元，

不過在看票房之餘，還要了解製作成本，才能知道回收是否合理。像詭絲的製片成本有兩億，整體有兩千萬多票房。詭絲是由中環投資，成敗如何去看待，我遇到製片黃志明先生，他說中環可容許的範圍是虧損一億，投資可能還有另外的考量，至於考量是什麼，就要問公司本身了。

一般人以為全省的票房是將台北票房乘以二倍，其實只有好萊塢的片子才能這樣算，國片大概是乘以 1.5 倍，除非是《不能說的秘密》、《色戒》等大片。再這裡先給各位一些票房的觀念，票房不只是一張張來計算，因為在中南部除了威秀影城系列之外，其實是用付租片金的方式，所以南部的票房是很難計算。

新聞局對每年賣座國片前三名有 300 萬、200 萬與 100 萬的獎勵金，我想今年《練習曲》可能有機會得，若得了可分 10% 的獎金給發行的華納公司。但是對於全省票房的數字的準確性，連華納公司都說，你相信全省票房會是真的嗎？我跑去問電影處處長，處長回答反正會計師會看就好。這反映台灣電影映演，票房不是很透明，尤其離開台北之後，除了威秀影城系列連鎖之外，因為他一開始是美商和澳商，比較遵守法律，其實大部分都是自由心證，戲院和片商之間有諜對諜的關係，究竟賣了多少張票，又要分多少錢，有經驗的發行商和戲院的關係像朋友又像敵人。

所以台北以外戲院不會用拆帳，通常以點數計算，去中南部上片，戲院就付你租片金，而不是票房賣多少錢。台北戲院是用拆帳的，比例是出品製片公司 45%，戲院拿走 55%，拿到的錢不到一半，

現在電影行銷喜歡搞套票，但是對製作公司來說很可憐，套票一張 200 元，但戲院還是算一張 220，所以製作公司要倒貼 20 元給戲院，然後再用 220 元來和戲院 45：55 拆帳，其中的 15~25% 還要給發行商，百分比視其服務的項目與內容而定，一張票，回到製作公司不到 70 元，所以發行收益的風險必須自己承擔，票房好的時候，大多分給別人。

戲院其實很喜歡放國片，放國片有映演，補助上限是 100 萬，由上片的戲院平分，有上就好，所以通常不會放映太長時間，製作公司要負擔拷貝 4 萬加上字幕約 15000 元，約 5 萬多都自己要負擔。

此外，自己也要負責行銷費用，我們找到華納來行銷發行，大家都覺得很幸運，但是行銷宣傳費用都要自己出，華納是不會幫你出的。他們幾乎全年都發行好萊塢片的片子，這次是專案方式接受獨立製片，行銷費用當然要自己出，他們賺的錢是通路的專才費用，華納與戲院的關係很好，有哪些戲院會放你的片子還有會放多久時間，都是沒有標準的，就看發行公司的經理與戲院老闆的關係。這次《練

習曲》總共上映了七十五天，絕色影城一天兩場，為何願意一直繼續放，是因為第一、我們一天還有兩萬多的票房，電影還有人要看，此外，也是因為華納的關係好，有些片子沒人要看，就請他下片放《練習曲》，一般國片沒有這層關係，是沒有這樣的待遇的，都是這次得到的經驗。

這樣的情況，回頭來看，我會覺得國片經營還是讓人憂心，其實我們的條件非常好，但是產生的效益還是不足以吸引人來投資電影。現在台灣拍片都是拿很少的錢出來拍、或是自己倒貼出來拍，很少人願意投資，我曾經找過創投公司談過，他們也不願意，第一是完全不懂這個產業。第二是覺得投資報酬率太可笑了，寧願去開一家餐廳。所以我覺得台灣的電影必須去嚴肅的思考，電影究竟是娛樂還是文化，台灣電影如果不用商業有沒有關係，現在資訊娛樂取得非常方便，不管是網路下載、租片、dvd，看電影太方便，現在我們為何還想拍電影？

其實商業電影的所需要技術與資金比藝術電影高多了，現在消費者看的東西太多了，如果妳的動畫做的假假的，很差勁觀眾根本不想看。現在郭台銘先生跨足電影，投資一定是上億，工作人員也會去找香港、中國、甚至好萊塢，不會來找台灣人，因為台灣沒有花這些錢的經驗與能力，就像一個小孩子平常給她零用錢一百元，忽然給他兩萬元，他不知道怎麼花，台灣拍電影就像小孩子，國片已經失去了戰場，沒有打仗經驗的軍人如何殺敵，每一部片重疊的工作人員很少，因為我是 42 屆金馬評審，2005 年看了 20 幾部國片，國片很有趣，市場很小，但又各有班底，最重疊的錄音師杜篤之，不是他做的都很爛，聲音都不能聽，所以人才的實戰經驗很少，如果一年能拍兩三部，其實是很好的鍛鍊，但現在很多人都是玩票，拍廣告的來夢想一下，台灣的夢想太多了，不專業，大家都是來夢想一下。所以國片面臨的問題就是人才嚴重的斷層。

再提供一項觀察，今年國片看起來，氛圍很不錯，從刺青、六號出口，不能說的秘密和色戒到最遙遠的距離，感覺上大家比較願意拍電影，其實是因為廣告掉三成，比前年差很多，很多廣告工作室倒了，平均一年 150 部的廣告量變 100 部，價錢殺的比 10 年前還低，整體經濟衰退、內需減少，這是很可怕的事，所以廣告人才沒事幹，跑來拍電影，夢想是沒事幹才發生，包括我在內（笑）。

另一個問題是，幾乎找不到觀眾想看的題材，愛情故事，觀眾還是比較想看金髮美女俊男談戀愛，周董的愛情故事 OK，有人想看，但是《不能說的秘密》，若不能在中國大陸上片，其實也會慘賠，因為宣傳花了千萬，票房兩千萬。所以回到主題，人才斷層，還有觀眾不知道到底想看什麼，在這樣的前提下，台灣似乎幾乎不需要電影。

但是我覺得很遺憾的是，難道我們一定要用這樣的方式證明我們是一個次文化的

國家嗎？以前曾經碰到一個日本的年輕製片家，他是日本是個次文化國家，所有的文化都是買的，不是長的，很憂心。我聽了很感動，台灣好像很少有這樣的人會去擔心這樣的問題，也不在乎。

想想我們有屬於自己的音樂嗎？我們台灣是複合，總是像這個、像那個，從電影來看，我們是次文化的國家，對台灣年輕人來說，他們可以看洋片就好，對國片沒有任何感情與需要，其實拍練習曲的出發點，我只是想拍一部可能是只有台灣人能拍，而且只有台灣人想看的電影，就是很唯一與單純的想法，我沒有企圖去和全世界的人說話，我只想講給我的同胞聽，我相信對台灣這麼熟悉的只有台灣人，老外也不會懂，我想想看這種電影有沒有機會。

抱歉以下這些話可能會有點刺耳。

我覺得這幾年台灣很奇怪，申請輔導金，提企劃案時，都要寫電影會參加國際影展，要很強調國際市場，我是很反對這個單元的敘述，為何自己認為自己的電影可以外銷，但是卻對內銷完全沒信心，這是一件很奇怪的心態。當時我拍《練習曲》對國際市場，我完全沒興趣，也沒有去想這一塊。我是以最高的效能去跟台灣朋友分享，對台灣人來說不需要去解釋環島，也不用解釋有哪些族群，大家都知道，所以省掉說明的時間，讓篇幅直接回到結果，我想對老外來說看起來吃力，我是按照台灣人觀看的順序去剪接的，不是給不懂台灣的人看的，所以我也很懷疑這是不是部電影，所以我拍這部片子，只是要找一個可能性，找大家沒有作過的，看看台灣還有沒有這種可能性。如果成功，沒有辜負我進電影圈二十多年的一份責任，如果失敗就摸摸鼻子，所以決心一定要把它做完，我覺得這點這對製片是很重要的。

其實片子完成後，很多批評，我都樂於接受，但是不能把批評當成電影作業的方式，這是不可能的，因為拍攝時有很多限制與困難，例如天氣的掌握、拍片順序的安排，還有場景問題等，這些限制都是製片工作需要的理解，所以很多東西回頭去看，我做出來可能只有 6、70 分，那是以 100 分來看，問題是說我的條件只有 40 分，我算蠻滿意的，預算只有一點，我給工作人員的費用在行情中算高，攝影器材也花了一百多萬，杜篤之花了一百多萬，當時我以為我很資深，交情好，大家會少拿點錢，但是其實沒有，坦白說製片臉皮薄，比我還樂善好施，所以形成這樣的結果。包括攝影器材、後製、錄音就花三百多萬，所以預算五百萬根本不夠，不過我也蠻高興付錢給人家。我想在我的動機之下，去嘗試看看有沒有人要看，想沒有用、至少要做出來，如果不行，再想另外一種，至於有沒有機會再做，就是另一回事。

其實回到最早，有人問當初拍片有沒有想過造成這樣的結果，我都說沒有，其實我早預料到了，但是當初跟別人說，全部都沒有人相信，今天片子台北有九百萬

的票房，很多人在部落格發表感動與意見，但是其實都沒看過，但是電影就是要第一時間把大家弄到電影院，就像色戒一樣就對了，若是沒有，只是一直在累積一些迴響，對於電影是沒有幫助的，沒有實際的意義。

如果寫一份報告，把電影成本、回收都寫清楚，企業的經營者看了願意投資，就是有實際的意義，但是如果覺得還有疑慮，那對台灣的電影產業來說，就是還沒有發生作用。因為《練習曲》的回收其實沒有表面光鮮，如果在當初，有人願意相信我，支持我，讓所有的基礎更好，在 427 上片那天，把所有的觀眾弄進電影院裡，那麼效益會就出來。

這不只是錢的問題，台灣最不好的地方就是失敗了就怪沒有錢。

我的運氣算是非常好，可以得到華納發行的支持，之前其實完全不認識，當初只是在朋友的幫忙下，爲了省錢，而且想到好的戲院去放映，因為台灣的戲院大概放出來都只有 50 分，所以去華納威秀試片，沒想到放完 10 分鐘後，華納的石總經理說說希望能把電影交給他們發行，但是在這之前，10 月到 2 月之間整整 4 個月是沒人理會的，那時候幾乎覺得這片不要放了。有人以爲我們很跽不參加金馬獎，其實去年有參加，但是一切船過水無痕，參加台灣製造單元，還獲得觀眾票選第六名，其他前五名都是洋片，但我去找朋友和同行，都說這種片沒人會看。所以我很憂心的說同行到底發生什麼事情，如何看待台灣的觀眾和市場。

所以我完全是在絕望的情況下，去問媽祖，媽祖說訂在四月底、五月初。但是問題是要怎麼上，完全沒有戲院要放。後來想說逆向操作，乾脆讓這部片子去環島，因為沒有錢作宣傳，做小小的宣傳等於沒有，乾脆就把 10 萬元拿去 10 個地方去免費放片，這十個地方有當初拍片的地方，我認識戲院老闆，之前回饋大甲的捷安特，在地方戲院放了一場，老闆對我很好只收我 6000 元。他看完很感動，說可以介紹其他戲院老闆，這樣 10 場只要六萬元，加上食宿交通，10 萬以內就夠了。

當時我想先去做環島，之後回台北找一家戲院放，因為輔導金規定至少有一家戲院一天六場，我想說就可以結案，至少把 50 萬尾款拿回來算了。在巡迴時，找朋友幫忙宣傳報導，也請新聞局秘書找地方人士幫忙來看電影，結果他說這樣太可憐了，可以幫忙找些贊助，不過要先寫企劃案，在寫的時候，朋友建議要辦一場試片，讓媒體、業界、地方人士等相關的人知道這個片子，結果第一次試就中了，石總說要發行，所以很倉卒。在進一步談的時候，石總說 427 上片，他簡直就是媽祖派來的。我覺得石總是個對商業市場很敏感的人，他們的態度反而比較活潑、開放。

我想說的是，台灣一直說要拍商業電影，但是其實要清楚消費群是什麼，到底是

要拍給哪些觀眾看的要搞清楚，並不必用那麼單純的方式、花那麼大的力氣去界定商業電影與藝術電影的界線，我幾乎被所有的人問說這種電影有人要看嗎？但是現在大家都不講了，在碰到石總之前沒人理，到底業界發生什麼事情。我覺得這很值得研究，倒不是說我的電影拍的多好，而是《練習曲》到底跟我們的觀眾發生了什麼樣的關係。

接下來我要談我們在行銷上做了什麼。

華納幫我們發片，並不出錢，因為很難算，所以我們就說好他們不出錢，錢都歸我們出，但是因為沒錢就出少一點，我發現一個嚴重的問題，剛開始華納的人員也很不習慣，因為他們習慣作很貴的片子，什麼都不做，他們會很恐慌，所以我就做一些基本的東西，包括西門町的燈箱、立牌、預告片，還有三個戲院的裝置，大約花五、六十萬的價錢，這些東西有基本露出的樣子，其他當然還有劇照、媒體廣告等，另外可以想像，提供一部腳踏車弄個立牌子就要五萬元，這些東西後來我都認，不然行銷人員會很恐慌。

這些東西有沒有用呢？我覺得是有的。在這過程我覺得我學習到的是，好萊塢片商很好的態度是很尊重會進電影院的觀眾，票房很重要是靠那些天天會在電影院打轉的人，會針對他們設計行銷的重點，很關鍵的是把我的觀眾族群設定在 25 到 35 歲，這是很重要的，在《練習曲》之前的國片，觀眾年齡大部分都設在 18~23 歲，所以才設計套票，只有學生族群沒有經濟自主能力者，才會斤斤計較那 20 元，一般上班族想看再去買、不差 20 元，不確定自己到時候會不會有時間看，所以不會去買套票。

妳知道《六號出口》的導演林育賢在上映前至少跑了 50 場校園巡演，這樣佔據了多少時間和精力嗎？我個人認為是不智之舉，我們當時有兩批人在作行銷，一批影展幫跑校園，華納說其實不用管校園這一塊，有氣無力做了六場，校園市場沒什麼經營，。主要是以 25~35 歲為主的電影院觀眾喜歡看首輪電影，這些人也不太看 DVD，這些人出動起來就有很好的票房，週五~週日票房就有 130 萬，以那樣的曲線來看，應該 500 萬就收了，但是後來有 900 萬，這就牽涉到這部電影的特質。

當初我們和華納就票房預估大約有 5、6 百萬，最後超出華納的預期，不像一般人認為藝術電影只有 200 萬，我覺得現在國片的行銷多半沒創意，以為預售票好票房就 OK 了，但是其實題材很重要，學生能接受的題材有限，他們喜歡上網，像是 BBS 上的 PPT，喜歡湊熱鬧去看電影，若是有機會是可以去經營，但是《練習曲》行銷策略是針對上班族。

我們知道過往國片喜歡在長春、絕色、學者、新欣晶華，代表台北不同的區域和

客群。威秀是非常現實的戰場，能在威秀上是很幸運也是很殘忍的事情，因為到這邊看電影容易變節，本來要看《練習曲》的觀眾，到了那邊《蜘蛛人》很多人在看，就改變主意了，跟電影太多部還有購票的方式也有關係，本來要支持國片的觀眾，到了影院可能就算了。威秀的排片也很單純，票房不好就馬上拉下來，我舉《六號出口》的例子，因為強力訴求西門町和年輕人，第一周周五到週日西門町絕色票房有二十多萬，但威秀只有幾千元，無法吸引東區的年輕人，因為強調以西門町六號出口為背景，第二週在威秀的場次縮減為兩場，而且時間很詭異，早上 8:30 和 10:30，誰會去看？！還要去付報紙的廣告費，一天幾千元，很不划算。

戲院中，絕色是最挺國片的，學生很喜歡去，而且離捷運出口又近，中老年很喜歡，所以上映期可以拖很久，也喜歡作國片，這一次《練習曲》的票房他們比不上威秀，覺得很挫敗，因為以往洋片比不上，但至少國片可以贏的。

另兩個戲院是欣欣晶華還有喜滿客，欣欣晶華成績不是很好，因為上映的周數不多，這個戲院是很賭運氣的，靠近林森北路，而且客群凌亂，很難估算什麼人會去，這裡的觀眾愛看午夜場和子夜場，刺青在那邊票房就比較好，好像客滿，晶華的族群接近 CLUB，如果賣的好就有驚人的成績，因為它的客群是最亂的，不像前面兩家戲院。

大直美麗華也是很重要的點，他的客群和威秀比較重疊，所以若是兩家都上，有可能分散客源，兩家票房都不好，最後把片子都撤掉，也是很殘忍的戰場。所以到底要選幾家，座落在哪個區域，都是發行時要思考的。

獨立片商雖然有概念，但不見得做得到，但是因為華納每天都在佈局，有談判的籌碼，才可以掌握的很好，所以這是很現實的問題。我覺得這次《練習曲》也因為上片認識許多戲院經理，我覺得台灣人很可愛，重要的時候還是會有同胞愛，對國片還是還是會相挺，只是你必須給他一個適合的案子，所以像《練習曲》對華納來說，裡子還 OK、面子很不錯，就讓他們對國片有興趣，據我了解明年他們已經至少有發行兩部國片的計劃。我很高興，因為他們已經 10 多年沒發國片了，這次的成績至少沒有讓他們覺得很糗，能夠引發他們對於發行國片的興趣。上次亞洲華納時代發行楊德昌導演的《獨立時代》。

學生 Q：《練習曲》的行銷與製作成本。

A：行銷費用連拷貝、報紙還有行政人員，加起來快三百萬，電影製作有分拍攝費用與上片費用，拍攝製作費 1100 萬算便宜的，但是我自己和太太都沒有拿一毛錢，我身兼導演、製片和編劇，這三個費用是很貴的，製作費來自於政府輔導

金，以及兩家企業贊助和我自己出的，不過贊助和規費是多少都不方便說。

接下來談企業贊助部分

2005年我想到這個點子，我是利用拍廣告的縫隙去寫劇本，那時沒有非拍不可，輔導金公佈是12月底，有500萬，透過另一家公司去提案所以要付規費，我都在幫大家賺錢，最初我預估拍攝費用是800萬，後來是因為由超16厘米變35厘米所以變貴了。這件事非常荒謬，有兩家公司叫現代與立達，現代說他們有超16厘米變35厘米的放大器材，效果很好，所以我決定要做，但是後來他們說出來效果很差，叫我去立達做，因為他們做《艾莉絲的鏡子》有得獎，但是轉出來的片子不能看，他們自己也不知道為什麼，片中媽祖遶境那段是用超16拍的，後來轉35效果很差，所以從3月13日立陶宛女孩那段開始改成了35釐米，是荒謬至極、很不專業的結果，也多花了錢。

剛有學生問我何時找錢，那時候想說拍超16釐米800萬應該夠了，只要再找300萬，因為我快五十歲了，本身在業界多年也有一定的人脈，有能力去借貸，300萬不是壓力，然後再找兩家廠商贊助。兩家贊助商，其中一家是多普達手機，因為是朋友，理直氣壯向朋友要錢出來，所以就沒問題。

但是捷安特，我完全不認識，介紹的朋友又沒搞清楚，他們以為片子已經拍完了，是要看片的，還有基金會的人、副董等，去的時候很糗，感覺是擺明來要錢。但是我是個很囉唆的人，和劉董講了很多騎腳踏的故事，非常愉快，但是一旁的製片人覺得很緊張，認為毫無建樹，但是董事長反而很有耐心，後來製片趁勢提出如果取得贊助，會以置入性行銷讓商品在電影露出，想不到劉董反而翻臉，變的嚴肅，他說了一句化，「我不要這種東西，」所以這是一個盲點，大家都以為企業贊助一定會想要置入性行銷，都覺得他們會喜歡，但是其實要注意的是，置入性行銷是很沒效率的，3C產品變得很快，片子拍完變舊款，有能力贊助的企業，反而不喜歡。

我想跟各位報告，其實找企業贊助是要找企業與電影彼此的精神是吻合的，我看到劉董的反應，馬上跟他說會找捷安特是因為當初引發構想的男孩騎的是一部10年的捷安特，那部車又破又舊，又沒變速器，但是他用來環島，劉董聽了很高興，因為他覺得自己的車子很耐用，我說，如果他騎的是別家的車就去找別家了，結果他聽進去了，沒有不高興，因為他知道你是真的，企業老闆是很有胸襟的。

劉董跟我說，他年紀這麼大了，企業經營的很好，他只是想把台灣變成 *cicle in island*，他覺得《練習曲》這部片和捷安特的精神很吻合，所以他說可以考慮。不過兩個星期沒消息，後來我寫了一封信給他，告訴他我遇到一個帶著狗溜滑板的男人，大家可能覺得荒謬，其實我這封信的主題是，我看到一篇 A-TEAM 的

報導，就是劉董有感於台灣產業都跑到大陸去了，產品品質降低，而他在台灣打拚那麼久，覺得很不甘心，於是和其他業者合作成立了 A-TEAM，研發高品質的單車，結果得到世界自行車冠軍的法國車隊都是用他們研發出來的車子，是一個奇蹟，他整合的很好。所以我寫了一封信，告訴他台灣電影界也需要像他這樣有魄力有胸襟的人出來整合，所以這封信歌頌他是用這種方式。

我還講了緣份的故事，我遇到一個帶著狗溜滑板的人，我想說留電話到時候請他來客串，結果他是捷安特的大直店店長，我告訴他這是一個很好的因緣，結果他很阿莎立，不久後錢就匯過來，沒有收據也沒有任何條款與要求。

但是我也很爭氣，因為捷安特今年 5 月已經比去年多賺了 6500 萬，持續上升中，我也沒買他家股票，但他送了我老婆一部腳踏車，真的很感謝他，因為彼此素昧平生。所以去找企業贊助，如何讓自己理直氣壯，要用平等的心，不要當乞丐，要找企業來共襄盛舉，當朋友不是而當財神，他們贊助不是想要回饋，而是支持你某個想法，企業精神和電影要表達必須吻合。要注意的是台灣企業都是很保守的，如果是情色或驚悚大概都不會通過，甚至企劃案都到不了老闆那邊，每個企業都有個精神，去找他一定要熟悉其理念，找到與影片的連結，否則很難打動對方。

有朋友找另一個企業「腳踏車」運動飲料，那時他要求要放商品還要用他們的音樂，本來認真考慮，但是對方搖擺不定，後來我已經開始拍了，就不想再受到影響。其實拍片前，有些人說我似乎是個不願意利益共享的人，因為我只接受贊助不接受投資，其實我希望投資者除了拿錢還要一起承擔風險，分擔壓力，而不是拿投資者的錢得要把錢花的剛剛好，反而壓力變大，我覺得怪怪的，所以我只接受贊助。

片中看到的維大力，只是因為需要那飲料的顏色，它又剛好有家庭號，不是置入性行銷，不要誤會。所以企業看的是精神，連結上了反而創造了很好的效益，比直接放商品更好，有天聊天，劉董說他唯一會的就是會看人，所以我花了很多時間聊天是有效益的。

另一個贊助多普達手機，因為是朋友，可能承辦人不是很積極，也不是很在乎，所以效益反而不如捷安特，而且電影出來手機已經變舊款了。當然，我拍的特寫，不是刻意的。所以去跟企業談要抓到切入點，有些人拿明星去賣，那時腳踏車飲料本來有想說廣告要請演員順便來拍，贊助就要占便宜，一堆要求，所以後來我也沒有興趣再找他們。

不過我建議各位，如果拍的是劇情片，難以找到企業連結，就好好經營電影觀眾

這塊。《練習曲》有很好看的預告片，我是用底片去沖印的，不是一般國片 HDV 的作法，其實 HDV 製作比較省事，但兩者所花的價格差不多，但底片質感好很好，和其他華納洋片的六支預告片放在一起，不會被比下去，當初試片許多記者以為是日本片，一般國片像新聞局的宣導片，觀眾看了根本沒興趣。原本立達他們說做一般國片的就好，看完之後覺得很差，決定重做，後來播放之後，記者詢問度極高，所以國片可笑的是若是錢不夠就算了，常常是被人唬弄，降低了品質，所以一定要注意。

其他無心插柳的部份，就是《練習曲》的部落格，是今年無名小站藝文類人氣第六名，最高紀錄是一天 2 萬多人在瀏覽，現在也還有上千人。雖然我完全沒有在經營，因為我其實不太懂電腦，就是靠朋友幫我製作，然後我偶爾用最新文章，放一張照片再加些訊息。但是重要的是，電影要有被引用的條件，我部落格的照片全部都可以下載，所以後來有很多落格版主引用我的照片，發表感想，引用的數量是很驚人的，就像老鼠生小孩一樣，效益很大，這就是分享的效益，不要鎖死，要盡量分享，讓人家用，效益才會出來，不能下載的東西不要佔太多，我是誤打誤撞，因為不像懂網頁設計的人通常會設定鎖死，我也把這個經驗提供給另一部國片，看看管不管用。

電影不管是構想題材、拍攝方式、行銷方向等，還是要去思考電影觀眾的需求。大家可以觀察一下，票房好的電影，有個現象，部落格版主會馬上發表感言，第一天就會衝上去網路寫心得，如果都是抓官網的官樣文章，消息都一樣，就很危險，表示沒有感動，但是如果有人互動，是版主自己寫的就比較好，電影效應與觀眾互動性是息息相關的。

其實因為一開始我就有想，我的客群在哪裡，什麼人會接受我的片子，《練習曲》號稱是近年來電影義工最多的，包括鄭弘儀也是義工，不是花錢的。因為我太太楊麗音是電視圈的，所以有能力去請這麼多人來看片，我們很勤快打電話邀請，在華納至少 10 場試片，上片前已有 5000 人看過，這也是華納厲害的地方，每場有 3、400 人，有的是索票的、也有單車族群，很多人認為我們不應該辦這麼多試映，但行銷經費不夠時，觀眾的耳語很重要，像張小燕看了電影，看到已經很晚了，就 PUSH 手下讓我們上他們的廣播節目。

前兩天我上張大春的節目，我們認識很久，因為他看了很喜歡，所以去宣傳書和 DVD 的部份，才想到當初上片前沒上他的節目，因為我們那時在南部，所以我們有人脈網絡，但是沒有經驗，行銷人員概念比我還差，這些東西沒有整合好，否則效益會更大。

那時聽說鄭弘儀在《大話新聞》忽然話鋒一轉說今天去看《練習曲》，效益還不

是很大，但是他和于美人在《新聞哇哇哇》一講時，效益也很大，媒體就發動起來，很多人都聽到了，有人建議說把他 COPY 起來，放在網路上或是戲院，但是這些東西很自然、很寶貴，分寸拿捏精準，寧願不做，不要做過頭，可能因為不是很有經驗，也不是太聰明，輕輕的碰一下，現在回頭看，我覺得還是不要太積極的用，但要調配的好，整個節奏、時間點若是恰當，效果會更好，。

當然我們已經很幸份，這部片子是媽祖在調度，祂怎麼調度，叫我 4 月底上片，自己決定 4/23 遶境，大甲媽 4/27 遶境，新聞局公布 5 月 5 日自行車節，5/7 劉董去環島，馬英九後來跟著去 LONG STAY，產生了連鎖效應，但是很多事情搭在一起都不是一起決定的，各做各的，很特殊，5/5 是劉董推動多年的，5/7 環島也是一月就定了，很有趣。

我認為其實準確的行銷是要把這些都估算進去，就像《不能說的秘密》上片第二週碰到情人節，就是行銷上很精準的策略，是令人佩服的。大家去研究研究曲線，通常周五的票房是周六的一半，周日是周六的七成；若是周日若比周六還好，就一定很特別，要好好的研究，記住國片一定要找出那特別的東西，否則要回到正常的票房曲線，通常是沒辦法的。大家看《色戒》，現在已經回到正常的衰退曲線，之前都是不正常，這種才是會賺錢的片子，像《不能說的秘密》情人節那個周日票房有 200 多萬，週六只有周日的一半，也是不正常，大家有興趣可以去研究好萊塢片子的票房，找開眼或是票房的記錄來看，可以研究出一些走勢。

為何週日票房比週日好是很不尋常的事，表示這電影吸引到原本不會看電影的觀眾，這些人平常是不看電影的，但是他們會在周日出動，讓他們走進電影院的原因，一定是與話題，或是跟電影背後展現的某種東西有關，這個東西可以在製片計畫就放進去，要做就要像相信宗教一樣去相信他，然後去徹底的做。就像《練習曲》我一開始就決定不去理他，最近書要出來我才想到要去部落格上去說一下，參加奧斯卡，也是因為很多人在部落格上恭賀我，我才上網回應，因為這電影一開始我就保持這種態度，不太去理他，所以我很難跟大家說經營一部電影的邏輯，但是我相信一件事情，國片要起飛一定要創造出新的國片觀眾。

回到各國電影的發展經驗，韓國就是有一批觀眾很支持韓國電影，而韓國電影就只有韓國的導演和團隊可以拍出來，所以要創造新的國片觀眾，就要拍台灣人會拍得出的題材，不管是練習或是商業製片都要在這方面多費心，我們跟年輕人接觸，我發現很多人都很努力去模仿好萊塢的樣子，不管是在題材上、視覺上，都想要去跟，但是我覺得這很慘，因為我們做不到像他們一樣好，這需要經驗和技術累積。但是現在台灣電影市場少了一個片型，就是只有台灣電影能做出來的，只有台灣人才看的懂得電影，國片一定要找這特別的東西，以上就是我的經驗分享。

Q：《練習曲》最後王伯伯那段拍的很真實，是怎麼做到的。

A：這說起來很複雜，因為要對這個人很熟悉，當初大家以為要拍非演員會花很久時間，很多底片，結果是拍的最快的，大概兩小時就 OK，我兩年前就認識他，所以把他寫入這個劇本，我知道他有什麼東西，當天除了我，所有工作人員都不知道發生什麼事。那天的狀況是，我要求技術組弄得很簡單，不要弄得像拍片，燈光不好沒關係，我把機器藏在看不到的地方，用東西擋住，放在側一點地方，叫工作人員去問他最喜歡的作品，一開機後，他就去拿他父母的雕像，我就知道中了，後來就關機，把擋住的東西拿開，王伯伯知道他中計了，第二次開機竟然不拿那個作品，後來我跟他說王伯伯不要騙人，第三次他就又拿那個作品了。

拍戲就是要用功到這個人在什麼狀況有什麼反應都能掌握，尤其對非演員，所以我不想讓工作人員知道，免的破壞那個自然的氣氛，因為我是攝影師出身，對於拍片的狀況都很清楚，我們的缺點就是商業不夠精準，如何把觀眾拉近來，也包括腳本、表演都要計算的很精準，當然這需要團隊的。所以我故意不讓工作人員知道，現場會有一種閒散、沒有目標的氣氛，反而會接近他平常的樣子，如果問他對父母有何感受，反而講不出來，所以問問題的時候，不要把想要的答案當問題，當然這也是很賭，我還是有個劇本，以防萬一。

我也沒有告訴男主角，因為拍王伯伯的時候是第一天，很感性，但是是放在最後一段，假設先告訴他，他可能傻眼，不會演了，整個結構我知道，還是有個層次，是劇本設計時就考慮的，而這部片子很難拍就是跳著拍的，壓力蠻大的，不知道拍完之後會不會太鬆或太緊。

這部片子也帶動了騎單車的風潮，東部有個雜貨店的阿嬤說，是不是有在比賽，從上片後，5 月到 10 月騎單車的人數都爆掉，去問所有自行車單店，都說生意不錯，台灣人說不錯表示很好。連我家附近的鴿子飼料店都在賣腳踏車，捷安特也成長 65%，可能是因為有拜五路財神廟的關係。

Q 導演是否特別的宗教信仰，有沒有去媽祖廟還願

A 白沙屯媽祖是唯一靠海的媽祖廟，我們首映就是在白沙屯媽祖廟前，那場觀眾很有趣，有人從台中騎腳踏車去看，一邊放映還放鞭炮，三太子在出巡，煙都吹到銀幕上，大家看不到，但是媽祖看的很高興，很過癮。

你們不用管我的信仰是什麼，因為我這次要拍媽祖，到地頭上當然要尊重，而且要特別的慎重。

(二) 市場行銷

上半場

NORMAN：早上陳導演在很短的時間說了很多很有幫助的事，很認同他先分析觀眾目標再去提案的作法。他提到這是一部給台灣的人看的電影，所以電影裡的背景，行程、地點和人不用交代，不過我認為許多台灣的觀眾對台東這個地方還是陌生，反而不一定了解；也許一般西方觀眾會不了解，但是很多喜歡看藝術片和外語片的觀眾有可能看的懂。賴先生是介紹陳導演跟老師認識的人；他曾拍過自行車的廣告片，也對古典音樂很精通。

我提供的講義是以前上課用的，希望能夠提供同學一些製片上的幫助。把自我介紹的單子交回給我，寫上 MAIL，未來若有相關資訊會 MAIL 給大家。這裡有一篇關於製片的文章，我們看完《發暈》電影後再看劇本的劇本，會發現電影跟劇本都差不多，導演做的調整非常少，所以劇本可以算是寫的很好。

另外一篇文章，是我在南京大學發給學生的講義，我也發現大陸政府有派軍人和間諜在做筆記監視，好險我有發現，因為有些學生確實有提出一些反政府的問題。此外，有些講義是讓大家看好萊塢的劇本是怎麼寫的。

未來獨立製片的機會會越來越多，像高爾拍了紀錄片《不願面對的真相》，很轟動，他也成立了自己的電視台，不但會播出他自己的紀錄片，也會放全世界各地的獨立製片，當然製作上要有一定水準，但也不需要像好萊塢那樣的大製作，他們會付錢買片，這個電視頻道會讓全球觀眾看到，也打算放世界各國的電影。也有新的網站，會播放世界各地的獨立製片，觀眾付兩~五塊就可看，費用百分比大多會給回饋給製片人，網站主要靠廣告來賺錢。

之前我的學生拍了十分鐘短片，曾經在不同的戲院放映，也到影展參展，後來有片商看了不錯，請他拍一個小成本長片，後來片商花了 3 億 5 千萬的錢購買。所以整體來看小成本電影的市場與發行管道比以前好很多。所以台灣電影請人翻譯，翻譯的好一點，還是可以有機會到國際市場，導演和製片不要很悲觀的認為都出不去，因為未來發行管道越來越多。

之前我曾經和台灣導演合作，有一部電影進坎城參展，由於政府拒絕提供資金翻譯法語字幕，所以導演和我自掏腰包，後來在坎城很轟動，後來又被邀請參加了 35 個影展，一年來就在跑影展，我事後共蒐集了 380 篇報導，裡面都評價都不錯，成效很好。所以我覺得其實台灣政府可以多利用藝術來展現台灣文化，不是只有參加聯合國這個方法，多拍藝術電影、多跑影展，也是好的方法，很有機會。

另外的例子是我和台灣導演合作，請新聞局幫忙出在美國的行銷經費，但是被拒絕，所以就自掏腰包。但是後來很驚訝的是在洛杉磯戲院放映，票房有進入洛杉磯前十名，其實這部電影的行銷很少，只有印傳單，所以台灣不要低估國外喜歡看藝術片觀眾的存在。

當初有一齣金馬獎得獎的片子，我拿去好萊塢片廠總裁看，他估計製作成本要1300萬美金，但是因為知道是在台灣做，所以他猜大概要700萬美金，實際上只用50萬美金，所以台灣電影花很少的錢就可以拍出很高的水準，這是做得到，大家要努力去嚐試。

我聽到一些傳言，《色戒》因為台灣製作比率的太少所以不能參加奧斯卡，其實是因為大陸不想在頒獎典禮上聽到台灣，這種事是常常發生的，某個國家不希望另一個國家得獎，雖然說台灣的片子經費很少，但是還是可以拍的不錯，只要有人把行銷做得好一點，找一家公司好好行銷是重點。

在美國時，會請很多專家來上課，大部分學生最常問的就是要如何集資怎樣找到錢，第二是可不可以讀我的劇本，第三要怎樣找到發行公司來發行我的電影，大部分老師其實不想回答，其實也是因為這是沒有規則的，你可以讀很多書，但是還是要靠自己的方式，就像陳導演，找到贊助商的例子，都是自己用非常特別的方式去創造出來。

在UCLA和紐約大學很多學生都會把信用卡刷爆，或抵押房子或跟爸媽借錢，去拍電影。在美國或是台灣也是，很多人對電影有嚮往、很特別，生意人可能會有興趣，因為電影有很很夢幻的一面，試著用這個夢幻面去吸引投資人。常常也會看到投資人要求自己的兒女來當演員，就會給一筆錢請導演來拍電影，為了拿到錢可能得用這些演的不是很好的演員，但也有很幸運的還蠻會演的，變成大明星，也許請政府官員的親人當演員也對自己的片蠻有幫助的，會站在你這邊。

大家不用怕沒錢去拍片，因為現在拍片越來越容易，可以用16厘米和DV，也不一定要上戲院，在網站發行也可以，幸運的話有發行公司有興趣就可以轉作35厘米，再請戲院來上片。

要請攝影師或剪接師時，可以找已經有設備的工作人員，就不用花錢租這些設備，節省一點。演員方面，很多演員想要拍多一點戲，收的錢就會很少，就算是好萊塢的大明星也會因為想跟名導合作，就拿最少的錢。

有一個導演的第一齣片，只花1萬元，品質不是很好，後來給電影公司看，因為很喜歡，就投資人一筆錢，拍新的版本，所以可以用這種方式，也許電影公司有興趣給較多的預算重拍，或是請你當另一個片子的導演，都是有機會的。

不用怕片子拍出來不專業，好萊塢若是看你技巧不錯也願意給你機會，語言障礙也不是那麼可怕，若是你有潛力，導演技巧夠好，會請助理來幫助翻譯，即是是學生有可能會請有經驗的攝影師來協助你。

要成爲一個好的製片必須多參與才磨練出來，在台灣一般小製作成本很樂於請你當製片，因爲製片人很缺，不用怕第一次不懂，就盡量去學習，很多片子大部分的製片甚至演員本身都有全職工作，大家都是利用晚上或週末的時間來進行製片工作。

如何參與製片

鼓勵大家儘量去拍自己想拍的片子，在 1965 年以前，大學裡沒有電影課程也沒有研究所，當時的人想拍就去拍，自己去摸索，大家也不用第一次怕，會拍的很爛，繼續拍就會拍好，會進步。

在做預算的時候，不用擔心錢是不是很精準，其實大家都不是會計師，注意每個項目都要寫出來，可以參考別人的項目是否都有寫到，討厭寫提案書的人可以請別人來寫，或是參考別人的企劃案，因爲沒有真正的課程是教寫提案的，要靠自己。

Q：要怎麼尋求企業資金贊助

A：事先可以做些調查，可以看報紙，了解大企業和社團的目標，跟你的片子精神有什麼關係，找出連結點。

像找蘋果電腦贊助就很聰明，製造 PC 有很多家，但是 apple mac 標誌很容易看出來，出現在片子裡很容易辨認，其實真實世界中沒那麼多人用，但是電影卻經常出現。如果找到贊助，也要正確的呈現出來，例如喝可樂的應該是好人，不應該是壞人，之前老師給的例子很多，可能很荒唐，重點不在這些荒唐的個案，重要的是思考模式要開放，去想各種可能性，也許你也會碰到這些事情。

鼓勵大家花了那麼多錢上了課，一定要去實際去拍片，學習這麼多，當製片不像學電腦有固定的規則，不要害怕失敗，要勇敢一點，即使失敗還是會越來越好。去發現你爲什麼喜歡那部電影，很多人從美國 UCLA 畢業以爲就可以有工作，後來才發現沒那麼容易，得去餐廳打工，但是只要堅持下去還是有成功的一日，在業界經歷很長的時間，才會有拍片的機會。

一般來說，UCLA 畢業生進了業界，45%的人在兩年內會放棄轉行，接下來 30%，

5年差不多會放棄，其他25%會堅持下去。其實台灣比大家想像中還接近美國或加拿大，沒有落後那麼多，鼓勵大家去製作片子，即使是失敗了再考慮放棄也不遲。總之先試再說。

以《小太陽的願望》為例，看每一齣電影要去想什麼是你最喜歡的，劇情？演員？不管喜不喜歡這部電影，都要要詳細思考喜歡或不喜歡的原因是什麼，一個好的製片就是很清楚這一點，因為將喜歡的部分何在一起，就可以知道自己拍的片子是什麼類型，有哪些元素。

我們休息一下，等會兒再談。

下半場

接下來我將商業與藝術電影再做個詳細的劃分

商業電影

- 1.COMMERCIAL JUNK 商業垃圾 《美國派》
- 2.COMMERCIAL GOOD 商業不錯 《四十處男》《十七歲的天空》
3. COMMERCIAL ART 《血鑽石》

藝術電影

- 4.ART-commerial 藝術片但也吸引人 《臥虎藏龍》
- 5.ART-non- 布列松
- 6.pure art 蔡明亮 王家衛
- 7.abstract ART 博物館放的電影
- 8.PERSONAL ART 個人實驗電影

以上以拍片的出發點劃分，而不是賣座或拍的好不好，以票房來說《血鑽石》算是失敗的電影，現在藝術和商業的劃分已經不那麼清楚，奧斯卡電影會定位在COMMERCIAL ART 是商業片但還是有藝術價值，但歐洲片多半是定位在ART-commerial、-non 和 pure art 這三類。

我覺得台灣任何類型的片子都可以拍，也許找資金比較比較容易是在第二到第六類，就是不要拍商業垃圾片，也不要拍藝術片中第七和第八種，那是拍給自己看的。其實台灣政府也可拍推廣文化的片子，不一定是為了賺錢。

台灣似乎沒有任何機關鼓勵外國來拍片，但是美國每一州政府都有鼓勵人家來拍片的機構，台灣政府在這方面沒有用心，像東岸和太魯閣、山脈都很美，外國人都不知道可以來這邊拍外景，應該讓更多人知道。

製片的責任就是找到合適的場景和花很少的錢拍片，每個鏡頭都應該很漂亮，不該浪費，沒有一個鏡頭是白費的。其實很多人在台灣習慣了，看自己的城市覺得

沒什麼，但是我覺得市民大道到火車站那邊停了很多機車，其實是很很特別的場景。試著學習用外國人的眼光 去看自己熟悉的地方。

在好萊塢片廠和電影公司收到的劇本太多了，請專門的人讀劇本，然後用一個表格，將許多項目，例如男、女主角等元素等填寫進去，這些讀劇本的工作人員多是大學生，不是很有效率，也沒辦法，因為收到的劇本太多了，有些好劇本可能放了好幾年。所以好的製片，必須懂得去吸引不會讀劇本的人，用很精簡的文字去吸引他們，讓其覺得作品是有機會成為成功的電影，要知道你面對的人可能是完全不讀劇本的。

Q：好萊塢寫劇本都要用軟體嗎？

A：他們都會用「FINAL DRAFT」這個軟體，有固定的規格版本，漏了什麼會提醒，寫對白會變成不同的字體，但是其實寫劇本不一定要用，像我就都不用。剪接也是有電腦剪接軟體，是比較容易，但不一定會剪的更好。

電視界有創意製片總監，每集的劇本是他寫的，但是電影就不會這樣，不過在台灣有可能，電影編劇也當製片。所以工作分工就是看是小片還是大片，小片就是一個人當很多角色，大成本電影可以分工的較細，而一個人扮演很多角色的壞處，就是可能無法知道自己做的好不好，沒有編劇給他意見，但也有相反的例子，有些製片覺得編劇寫的不好，自己去修正，不去和團隊去合作。

我覺得現在好萊塢第一名的明星是茱莉亞羅伯斯，明星排行可以從電影專業的書籍中找到，八卦雜誌也可能有排行榜，不同的名單可能考量不同，每個排行榜選出前 100 名的方法都不一樣。不過在美國製片人做行銷真的會去參考這些資訊，雖然看起來很像八卦，但是還是可以作為行銷企劃的參考。美國也有很多節目會去做電影明星排行或是歷史回顧的電視節目，很多影迷喜歡看這樣的節目。

讓大家傳閱的是去我以前看媒體首映時所拿到的媒體資料，包括《曼哈頓》、《蠻牛》、《保送入學》等，一面是海報，一面是工作人員和演員名單。我們可以看到《蠻牛》的工作人員和演員比《曼哈頓》多三倍，因為馬丁史柯西斯當時已經很有名，是大導演，場面大。伍迪艾倫拍了 10 多年，雖然電影票房不怎麼好，但是還是很多人請他拍片，因為他的電影是小成本，也吸引很多大明星演出，發行的 dvd，盒子上有名導和大明星，很多影迷會租回去，還是可以賺到錢，所以他拍片很自由，都是自編自導。

其他名導如馬丁史柯西斯反而拍片沒那麼不容易，因為他拍的片場面比較大，要很多資金。克林伊斯威特早期幫華納賺了很多錢，所以他簽下合約，每次拍個人喜好的藝術片，就要拍一部商業片，有趣的是，最後他拍商業片賺不到錢，反而

藝術片大受歡迎，賺更多錢。

所以導演如何運用預算很重要，影響電影公司的拍片意願的就是跟預算有關。同樣都是名導，要到的錢仍然有差別，但是像希區考克就每次都控制的很好，要錢就很容易，奧森威爾斯就經常超出預算很多，即使是大導演，但是每次拍片找資金就是很困難的過程，之前有發生有個導演因為電影拍了 7 個小時，最後被片廠剪成 4 個小時，故事已經不合邏輯，經過好幾年重新片段整合，大家才知道他原來是很偉大的導演。

一部片子會賺錢還是虧錢，影響最大的還是行銷。太多大爛片因為行銷好還是可以賺大錢。影評方面，商業片觀眾不會受影評影響，會被影評影響的是看藝術片的觀眾。大部分國家有 6~8 個專業影評，有 2~3 個影評人可以影響到觀眾。

另外預告片也很重要，是吸引觀眾進戲院的原因，通常會分析哪些觀眾會去看，預告片就會放哪種類型，有些很好的片子因為預告片不好而砸鍋。《蜘蛛人 3》拍的很爛，但是預告片很吸引人，仍然有很多人在第一、二週就去戲院看。

現在流行將最多鏡頭剪接到電影裡，塞了很多鏡頭，一個一秒。作的好的話會吸引人，但是劇情都是片段、不完整，像是看到蜘蛛人跳起來，但不會看到他落地，講的話也是只有一兩個字，成功的話是很緊湊，吸引人，但是有可能讓觀眾看不懂，得另請一個人配音去講清楚劇情。

藝術片通常無法做較快的剪接，有一個法國導演侯麥拍的《克萊爾的膝蓋》，就是男女主角兩個人一直談話，不知道要怎麼拍預告片，所以最後請影評人出來說這是一個很偉大的片子。電影預告片最好是從電影中剪出來，否則影迷看了很失望，會上網批評攻擊產生反效果，。

驚悚片最後往往是驚人的結局 預告片的展現較有難度，結局曝光導演會生氣，但是若不展現出來，觀眾會看不懂，無法吸引他們進戲院。針對年輕人的預告片，故事必須要整個都要清楚，但是成人只要告訴他們這電影值得看就好了。

所以寫海報上的 **Tgline** 要有創意，不要流於說教、無聊，此外有些剪接師很會剪片，但預告片不一定做的好，可以請專業的公司來負責，可以去看預告片，知道自己喜歡哪種，就請那家公司來負責。

2007 國際培訓電影製片秋季工作坊

日期：97 年 11 月 4 日（日）

講師：RON NORMAN

題目：國際影展市場

紀錄：駱亭伶 April

上午

現在學校裡學的越來越細，不是學整體，而是分科越細、越專業，電影工作也是走向分工越細，只做攝影或剪接。以前電影只有碩士，現在開始有博士學位，但是其實電影圈不在意你是哪裡畢業，只在意有沒有能力和能不能與人相處，當初我很驚訝的發現老闆都沒問我是哪裡畢業的，除了教書的工作外，沒有人在乎我是不是上過大學。

在行銷時，不要把電影變成一個說教與鼓勵道德的電影。製片工作分為前製、後製和行銷，要是完全沒做行銷，影片成功的機率也等於零。如果自己很有創意是最好，若是沒概念，也可以請專業的廣告公司來做。到各個大學去宣傳電影我覺得也是很有效率的方法。

行銷有很多種，一種是 **advertising** 做廣告，直接付錢，在電視報紙、雜誌刊登廣告，在街上貼海報。另一種 **publicity** 是不用錢，上電視、到大學宣傳，讓電影曝光，可以想更有創意的形式，讓電影曝光。像書和小說作者在出書時，會在很多地方宣傳，舉辦簽名會，電影明星也是在簽下合約的時候就必須在行銷過程中配合去參與首映、簽名會。一般我們拿到一些小玩具、小禮物，若是鑰匙圈、原子筆等日常用品，經常會被丟掉。所以要製作特別的禮物，針對目標觀眾，例如有些電影跟麥當勞合作兒童餐，就是清楚知道他們的觀眾是小朋友，而且玩具是獨一無二的。絕對不要站在捷運站亂發，打不到目標觀眾。

作國際行銷時，可以上網調查影展的資訊，了解不同影展的目的或規則，可以上網或是去書店看別的導演和影評人寫的參展經驗談。不一定要去參加大影展，因為實在太貴了，小影展比較便宜，他們也比較接受小成本的電影。

找到電影發行公司，不要就把片子交給他自已不管，因為他們手上可能有好幾部電影。還要注意他的翻譯是不是 ok，包括電影的名稱或是 **taline**，會不會變的沒有震撼力，或是意思扭曲，看起來無聊，甚至翻成了髒話或雙關語，要去注意它做的行銷活動有沒有創意，翻譯要不要做些調整，記得不要全部依賴別人，因為沒有人比你更在乎你的電影。

去國外參展，要注意行銷公司有沒有用心，我曾經在國外看過有的攤位，只貼個海報，沒放任何簡介和 dvd，宣傳的人也沒有特別針對可能有興趣的片商，積極地去和投資者談。所以最好親自去參加影展，小影展可以不用去，但是重要的影展一定要去。

不同國家有不同的文化習慣與規則，有些海報主角擺出手勢，要注意有可能到別的國家變成髒話或其他意思。在和外國製片人談時，要了解他們的文化，譬如在美國名片不重要，除非很有興趣也不會留名片或請你喝茶，很快就閃人了。在遲到方面，在紐約遲到五分鐘已經超過極限，洛杉磯可容許三十分鐘，越南可能遲到兩個小時。

在台灣的製片要作的比較多，要自己去調查市場，不像別的國家可以請其他公司來作行銷，當一個製片或導演，要有領導能力，要知道何時要相信自己，何時傾聽別人的意見；一般台灣在儒家思想的教育之下，普遍學生都是聽老師的話，完全不會懷疑老師教的東西，但是這樣無法訓練自己當領導者，所以自己要去多加強，練習何時自己做決定，何時聆聽別人的意見。

在做行銷時，一定要讓觀眾感覺一定要到戲院看電影，上戲院比較麻煩，所以如何找到最大賣點非去不可，發行 DVD，也要想如何吸引人去買。捷運廣告裡面最好的位置通常會放電影廣告，但是常常下片了還在放，為什麼？因為最近代理的廣告商和市政府的合約有問題，還在協商當中。有些 SOGO 捷運站的好位子則會被化妝品廣告給長期租用。

建立人脈也很重要，這關係到未來的作品與合作的機會，所以去參加各種協會或 PARTY，認識多一點人。要去建立長期的關係，例如跟一個人說，你的電影是最棒的，這種關係是短期，增加 PUBLICITY；如果是 PR，可能問對方最近老婆好嗎，而持續作 PR 就是為了得到長期的關係。

在還沒進入拍片過程，已經要想清楚行銷包括什麼，錢怎麼運用，怎麼得到免費的曝光宣傳機會。要更加了解行銷，去看別的电影怎麼做行銷的，怎麼做廣告，如何拿到免費的贊助，拿到的是哪些，一部電影是如何成功或如何失敗的，去參考看別人怎麼做，找到最適合自己片子行銷的方式。

有時也可以參考一些成功的商品，觀察他們如何建立品牌形象，符合自己電影的元素的話，可以拿來用。也可以參考失敗的行銷活動，才不會重複錯誤。如果一個商品，每年都用同樣的海報或是行銷活動，表示他們是非常成功，觀察分析他是怎麼做的那麼有效率。

觀察為什麼一個品牌會比其他品牌好那麼多，例如麥當勞漢堡最差勁，但是為什麼賺得錢是其他速食店的總和。像是和 STARBUCKS 咖啡不怎麼樣，7-11 和其他便利便沒啥不同，但是為何比較受歡迎，是不是行銷做的比較好。電影和其他商品不同，就是每一齣電影都不同，做行銷就要特別針對自己和別人不同之處，所以不用和好萊塢用一樣的行銷方式，而是找出差異之處，讓觀眾也會想去看不

同的片子。

以下是海報分析

有人會不看內容，就被這張海報吸引嗎？

這張「天使的孩子」，是一個低預算但無效的海報，很奇怪台灣的名片，字都很小，認為字小就是高檔，。

「2007 教育影展」，顏色很 OK，簡單、日期很大很清楚，不過贊助商的 LOGO 都打的太小，為何不大一點讓，讓他們明年會想繼續再掏錢。

「四不像動畫祭」：這張好很多，顏色主題都不錯。

電影海報就像大企業的 LOGO，最好都一致，用的顏色字體都是一致的，讓人一看到就想到你的電影，不管是寫的信等等，都是一致的商標。

現在來看特別首映或媒體首映拿到的媒體資料。通常有個文件夾，打開後有所有資訊，第一個文件是所有工作人員藝人的名字，因為記者需要很輕鬆的把所有名字職位都能找到，不需要上網去查拼字。第二個文件是關於前製後製發生什麼事，好笑的、受傷等特別的事情，這是幫助記者去撰寫消息。再來就是大明星背景，或是編劇或攝影比較出名的話也會特別介紹，這會是放在文件夾的右邊。

介紹左邊就是劇照，一種是一系列的，讓記者自己選；另一種是電影公司指定，希望報社都用同一張劇照，這樣觀眾對電影的印象固定，比較好，但是有時大的雜誌或報社會要求電影公司給跟其他媒體不一樣的獨家照片。

現在的宣傳夾也會包含光碟，在照片上記得要黑白的照片，因為有些報紙版面是黑白的。照片上通常會寫日期，但是獨立製片就不要強調日期，有時放映期會拖的很晚，甚至四五年，免得對方覺得照片太老就不用。

現在 DVD 常會出新的版本導演版，很多影迷喜歡看不同版本，市場很大，可以大賺消費者的錢。包括導演版、不同國家的版本、十年後科技重新版等，

參加影展也是建立人脈的好方法，因為可以遇到製片、發行人等，都可能是未來電影合作的對象。多上網找影展資訊，有些影展的主題可能很特別，先調查不同的影展的文化，看自己的電影是否符合當地文化，例如同志電影可能不被天主教國家的影展接受，最好先打聽清楚，因為寄 DVD 都要花一些錢，在翻譯的時候，可以先請學生翻譯，然後再請一個懂英文也懂電影的人來翻譯，當然也可以去請

專門的翻譯公司。

而第一年辦影展的主辦單位可能很熱情，但經驗不足，可能拷貝會被弄丟，最好參加有歷史的，至少舉辦過三年以上的影展。確定影展放映戲院是比較好的，可以在網站上看照片，不要那種只是放塊布，沒有音效設備的。

在美國有種生意人，跟政府拿些錢，專門在沒有影展的城市去承辦影展，賺很多錢，也不是熱愛電影，要注意收費太貴的就不要參加。

回到剛才的媒體資料，裡面有些新聞稿是協助記者去寫報導，都是宣傳的資料，屬於吸引觀眾的，不是協助去寫影評的東西。

可以送片子給影評人，若片子不錯，他們可能會介紹給發行人，有些出名的影評人，會很熱心幫忙小成本的電影去宣傳發行。

第二節

這邊有些電視、電影的 STORY BOOK，要不要用 STORY BOOK 是由導演和製片決定，我以前參與的片子都沒有用過。他的作用可以幫助導演想像畫面，也可以在用在影展宣傳，吸引投資人想像這部電影大概是怎樣。影展的宣傳廣告，其中一個作的很好的是法國南特影展，介紹每一齣電影，下面也有導演製片的聯絡資訊，別的影響若是想要拷貝，很快可以聯絡的到。

影展的手冊，最好不要一頁塞了好多部電影，這樣對片子不公平。例如常看到的短片，就經常幾部擠在一起，得不到該有的版面，減少了吸引力。使用的照片要有活力一點，通常也是會提供指定的照片，或是一系列的讓對方挑選，這個影展雖比不上坎城出名，但還是有很多專業人士、教授都會去。

辦影展也是要好好利用，台北有些影展 DM 經常在前一天才放在誠品，有些放在桌子上一團，其實政府已經花了這些錢，就應該得到最大效益。所以盡量做些有效率的行銷，之前在板橋學校舞蹈系的學生貼海報沒有經過思考，貼在沒人看見的地方，或兩個海報貼的很近，都是應該避免的。電影的話在兩三個禮拜前就要做宣傳活動，甚至更早一點。

以下介紹三大影展：

A 級影展有威尼斯、坎城和柏林；贏了獎，在歐日很有機會，但是在美國卻不一定有發行的機會，如果能夠得獎或是參加，當然也會吸引本國觀眾。坎城影展做

的很氣派，出動很多警察，讓人去到那裡，感覺像在天堂。

去影展的氣氛很好，可以幫灰心的導演和製片打氣，看到世界上還是有很多人愛電影。像我曾在多倫多早上 9 點，放蘇俄的電影，看到觀眾在很冷的天氣裡大排長龍，看到週日在放藝術片有這麼多觀眾，可以再度感受到電影對人的重要性，

我參加三大影展的感覺是，坎城很華麗，很有貴族皇家的氣息，柏林很古怪，威尼斯就瘋狂一點。

影展中都有舉辦電影交易市場，整個氣氛完全不一樣，在電影市場是生意人在尋找發行的電影，注重人脈；影展就著重於比賽，重點在於展現電影藝術品質。

以下是 B 級影展，包括倫敦、紐約影展，下一級是芝加哥，不是電影會比較差，而是參加者比較少，但得獎機率相對比較高，競爭者比較少，相對找到發行人的機會也會比較高。

而夏威夷、西雅圖或溫哥華影展，會特別重視亞洲國家拍的電影，提醒大家參加小的城市影站，可以得到當地區域市場發行的機會，例如參加聖地牙哥影展，可以得到中南美洲發行的機會，把成本賺回來。

在電視播放的機會也要把握，若是在戲院沒機會發行，在電視台播放也是可以賺到錢。有各式各樣的不同主題的影展，如同性戀、女性、兒童紀錄片影展等，現在紀錄片第一次有賺錢的機會，所以越來越重要，未來可能有手機拍攝出來的影展，所以不要限制自己，只參加台灣的影展，可以調查影展的背景、興趣，還有媒體對其看法，網路上的意見。

在影評方面，我之前在洛杉磯負責台灣一部片子，先拿給影評人看，他們很喜歡他，在電視節目中介紹台灣電影，後來對票房很有幫助。

所以到不同的國家找合作夥伴要先了解當地文化，美國人常覺得自己是最重要的，去別的國家還是照自己的方式去做，但是最好是入境隨俗，例如台灣到中國找投資人就要入境隨俗。

西歐與北歐很多片商，都對亞洲電影很有興趣，所以台灣製片朝這個方向多做行銷，嘗試去打入他們的市場；與國外片商簽約時，一般都會分批去給版權費，最好就是拿越多錢越好，甚至乾脆用一個價錢將版權賣給他們不用擔心後來分帳的百分比問題。東歐的好壞是很多城市都還是很重視藝術，但是很多東西還是黑

道控制，簽約的時候要小心。

昨天陳導演說南部票房不可靠，之前有片子在放，我親自去看電影海報是否有展示出來，檢查大海報是否已經被別的東西遮住，也派人去數人數，觀察是否有短報。所以南部或是國外最好還是有認識的人來當代表，通常逮到老闆作弊，雙方是會協調，不會繼續欺騙。

台灣可以學習韓國，在短短十年將電影產業做出來，短時間釜山影展也成為亞洲最強的影展，他們的政府對藝術文化電影都有補助，不是像台灣政府短期補助，好像應付一下，不只是在學校培養編劇、製片，也要鼓勵片子到國際推廣，其實會看外語片的人就是喜歡看別國的文化，所以電影是對國家最好的宣傳。

不要爲了錢犧牲對電影的熱情，還是可以撥出時間慢慢去作，陳導演本身有廣告工作，但是還是一步步的把《練習曲》拍出來。鼓勵大家繼續拍片，若是有越多的製片和導演投入，產業就可能起來了。台灣產業的人需要樂觀一點，現在大家很容易往悲觀地方想，其實有些國家資源不多、政府也沒有補助，還是拍出很好的電影，現在還有許多人在產業裡，趁著他們還在產業，利用他們的經驗，尋求支持。

輔導金可能會給畢業，第一次當導演的，拍片資金儘量不要靠政府，因爲對撐起這個產業可能沒什麼幫助。盡量像美國一樣提企劃案給公司，盡量想創意，和好萊塢不一樣的方式。在教育方面，從國小就接觸到電影，需要 1~3 人創個電影協會，有教授、業界的人，好好的坐下來，把電影產業提昇的目標確定，好好寫下來。例如第一年要在教育方面有何目標，一步步提昇產業。

所以很多國家都會請藝術家將電影或繪畫介紹給學生，教導創造的過程，台灣需要多一點這種教育，但是台灣的教育官員常被開除，所以政策無法執行，甚至學校的校長也是。政府官員第一年花時間熟悉職務，第二年準備執行，第三年準備下個工作，所以不敢去冒險，想著自己的目標，不關心產業。所以台灣的行政官任期可能需要比三年更長的時間，至少要五年有長期的目標，才能夠制定長遠的計劃，我對台灣政府不是很清楚，只是從我自己的感想，從得到的資訊研判，從實際的角度，不是政治的角度去談。

Q 我在大陸、新加坡已找到 2 億的資金，但是需要提供企劃財務的報表給對方，這樣的人才要怎麼找

A 盡量找熟悉娛樂界的專業人員，美國有很多這種公司，反正投資者是外國人，乾脆找美國的，反正最後還是要翻譯，我知道有兩種收費方式，一種是收一般，一種是覺得有機會賺錢，收費可能低一點，事後再抽成分紅。

A 如何尋找好的劇本

Q 可以試著去網站找一些國外的劇本

台灣沒有片廠制度，好處是集資、行銷沒什麼規則，可以更有創意和去冒險。美國雖然預算比較多，比較容易執行，但也讓人不敢去冒險，因為在好萊塢失敗一次就完蛋了，會很丟臉，可能就沒有工作，台灣因為沒什麼業界，失敗就算了。

現在日本和香港的大片廠幾乎也垮了，所以製片和導演都是需要找投資，像徐克，還有陳果是香港唯一拍藝術片的導演，可以去參考他們集資的經驗，去請教參考用小預算拍片的國外導演和獨立製片，最好是由政府邀請，也可以親自去找問他們有何建議。

泰國片用很少的成本拍片，但是幾乎都有拍到好萊塢的水準，所以是有可能的，盡量去找他們請教經驗，也可以跟別的製片合作舉辦大型研討會，邀請他們來吸收經驗，www.impaward.com 是最大的全球電影資料庫，可以點選網站查詢合作公司網站，找到泰國導演或製片的 mail 或電話。

在台灣我一直尋找中文比他好可以幫他提案的人，在美國發展也是可以找到協助的人，但是要注意對方的專業。當製片要去問自己為何要當製片，喜歡製片工作的哪個部分，喜歡電影台灣的哪個部分，最終的目標是什麼。

我的幽默感是屬於紐約猶太人，講話方式比較低調，常喜歡講相反的話，有點像伍迪艾倫式的，講笑話時聲音不會特別變化，也不會說出我在講笑話，台灣人比較不能接受這樣的方式，有時我看起來很嚴肅，但是其實是在開玩笑。

我出生在紐約，後來無意間到了好萊塢，接受多元化的洗禮，做過很多電影方面的工作，最喜歡的依序是導演、編劇與剪接師，因為做過很多工作，所以也很喜歡當老師，把經驗分享給大家。

在這個業界通常是一步步往上爬，但是也有像周杰倫因為很有籌碼，所以可以一下子就當導演，可以請很有經驗的攝影師來幫助他，但是新導演在拍片第一天，就必須到工作人員的尊重 否則以後就得不到尊重，當製片要有心理準備會碰到很多欺騙你的人，自己要做決定去承受最壞的經濟狀況，製片人很多都很窮，但是還是很有熱情，考慮是否可以為電影產業犧牲，犧牲原本可以賺到的錢。本來要來上課之前很害怕 以為大家都是生意人，來了之後發現大家都很活潑，目標大家不一樣，很高興自己有來這裡上課。謝謝大家！

六、結論與建議

有鑒於台灣電影界較缺乏相關有實務經驗之製片師資，以及缺乏完整之電影管理、製片行銷、財務融資、著作權、電影發行與娛樂法等相關電影製片行銷課程。通過本所開設密集課程，不僅能補充實本所原有課程之限制與不足，可達到強化師資，整合跨領域學門知識，強化學習內容與產業發展趨勢之連結，並實際推動國際課程教學，拓展學生國際視野，學生依其專業取向，能將習得之理論應用於電影製片實務，實地應用於電影製作。

本課程邀請具有歐洲、好萊塢電影產業背景之歐美國際著名製片行銷專家來台開設密集課程，機會實屬難得。課程強調製片理論與實務並重，主軸在於國際電影製片實務與製片技巧，課程中，講師們皆提到製片之重要性：製片是整個影片製作的「基石」，製片與行銷是電影製作中很重要的一環，更提及製片三角的重要性，製片有時是創意的發想人，也必須是位有組織、有技巧的經理人，更是導演和編劇在創作時的對話夥伴。

課程內容豐富，涵蓋歐洲、中歐（捷克）與美國好萊塢地區之國際電影製片與行銷，以及國際電影製作的各個階段（發展階段、前製、製作、後製、發行），說明如何尋找適合的故事、創作團隊和可能的集資夥伴，從創意到劇本（劇情、文學和技術性的劇本），授權，簽訂合約等，如何替電影集資與編列預算，如何集資：合製（區域或國外）、電視版權預售、電視合製、投資人、贊助、貸款、發行商等。

兩位國際講師，皆為國際電影電視產業界線上活躍的電影專業人士，不僅有豐富之製片實務經驗，且有雄厚之電影專業知識。台灣學子或對製片有興趣之社會人士皆可透過國際大師的專業電影行銷企劃經驗，擴大其國際視野，了解電影產業與文化，對於電影企劃案之編寫、製作行銷概念、電影融資等電影製片有更完整的國際概念。藉此培養學生建立行銷電影及相關衍生產品的理論與實務經驗，達到培育文化創意產業人才之教育宗旨，培養學生成為電影行政與管理的專才；電影產品研發與製作電影集資、國際合作與著作權談判、電影管理、行銷與宣傳電影政策制訂與行政等專業製片人才。

近年來，本所極力延聘國際之重要學者、創作者或教授來本所進行短期講學研究，其學者包含歐、美、亞洲等線上產業界專業人士共約 13 位，92 至 96 年度已邀請好萊塢導演 **Roger Christiansen**（六人行導演）、著名製片 **Louise Levison**（《厄夜叢林》製片）、**Ilene Kahn Power**（艾美獎金獎製片）、李少偉（《臥虎藏龍》製片）、**Mark Byers**（《猛龍》製片）、**Jennifer Odgen**（艾美獎金獎好萊塢製片，曾製作伍迪艾倫電影《安妮霍爾》等），以及大陸當代名導演李少紅（《橘子紅了》導演）、名攝影師曾念平教授、**Steve Chicorel**（娛樂製作與行銷專家）來台講學研究。

預計未來會再度延聘歐亞美著名製片來台講學授課，引進更多國際製作人才，培養能開發、製作具有觀眾潛力與國際視野的電影專業創作與製片人才為目標，促成臺灣電影行銷、宣傳網計畫能多給予經費補助。

七、附錄

(一) 國際師資簡介

1. 捷克籍師資

Karla Stojakova

畢業於捷克國立電影電視學院 (FAMU)，捷克製片家，專長於資金籌募、預算管理與製片實務。現任 Axman Production 製片總監。

製作過包括《愛情快跑》(Restart)、《Normal》等劇情長片，曾隨影片《愛情快跑》(Restart) 於2006台北電影節參展，為電影節邀請貴賓 (8th Taipei Film Festival Guests)。並多次與好萊塢合作，擔任line producer。另外她還創辦了捷克亞洲電影節FILMASIA，推動亞洲電影在歐洲的行銷。現任Axman Production 製片總監。



Karla STOJAKOVA

RYBNÁ 17, CZ - 110 00 PRAGUE 1, CZECH REPUBLIC

T +420 222 322 995 F +420 222 310 131 C +420 603 553 915 E-mail:

karla@axmanproduction.com

Karla STOJAKOVA

Born 1978 in the Czech Republic, Karla works as a film producer.

She graduated from FAMU (Film and TV faculty of Academy of Performing Arts in Prague).

Karla is co-founder of AXMAN PRODUCTION – film production company based in the heart of Prague, since its foundation in

2000 and she is also founder of FILMASIA – first Asian film festival in the Czech Republic.

Karla was Producer on the Move in Cannes film festival 2006 and is a member of ACE (European producers network).

SELECTED FILMS

- 2000 Producer - documentary film MAN WITH A CAMERA
- 2001 Producer - documentary film A WILL TO DANCE
- 2002 Producer - documentary film PAIN
- 2003 Producer - short film DOMA
- 2004 Producer - short film FASHION STATEMENT
- 2005 Producer - feature film RESTART (competition selection IFF Moscow, IFF Taipei, IFF Mannheim)
- 2006 Producer - documentary film NEVER BEEN BETTER (competition selection IDFF HotDocs Toronto)
- 2007 Producer – documentary film DAMAS DE BLANÇO – in postproduction
- 2007 Producer – feature film NORMAL – in preproduction
- 2002 Co-producer – fiction film OBLIVION (with Norway) – Asiana Film Festival winner
- 2003 Co-producer – fiction film VISA VIS (with Germany)
- 2004 Co-producer – fiction film SLAVEK THE SHIT (with Iceland, Estonia) – Cannes IFF selection
- 2005 Consulting Co-producer – fiction feature film CLOSE TO HEAVEN (with Sweden)
- 2006 Co-producer – fiction film THE EXTRACT (with Germany)
- 2007 Co-producer – fiction film ORLOJ (with Switzerland) – Locarno IFF selection

OTHER SELECTED PROJECTS

Film festivals - Filmasia (first Asian film festival in Prague), Swedish film festival and Scandinavian Autumn film event,

Feature films services such as "Double Agent" (2002, Korea), **TV Productions** such as TV series "Loves in Prague" (2005, SBS - Korea), **Music videos** such as Park Hye-kyoung, B-coz, Ready Kirken, **Commercials** such as Hyundai, Renault, Allianz, Eastpak, **Documentary film services** such as "Neue Welt" (2005, Austria), "Kafka" (2004, Austria), "Kinch" (2004, Sweden), and other **TV projects** for Wegelius TV (Sweden), Herald Tribune TV (Italy), KBS, SBS (Korea), **International cultural events** such as Samsung Open Air Concert in Prague, **Conferences** such as "Blueprint" screenwriting conference, "Lilja 4-ever" conference about human trafficking and **Theater performances** such as "Truck Dog" (USA), "Mura" (CZ), Mercury Fur (CZ).

2. 美國籍師資：

Ronald Michael Norman

畢業於美國加州大學洛杉磯分校 UCLA 電影學院 (University of California, Los Angeles, MFA)，主修編劇與導演。1984 開始即在好萊塢擔任專業職務，於紐約及洛杉磯等地工作多年，曾任職在於 Horizons Productions 洛杉磯「地平線」製片公司擔任編導、製作以及總監，負責電影、劇場、製作、藝術行銷以及國際影展，曾參與好萊塢電影《重返榮耀》(Legend of Bagger Vance)、《遠離天堂》(Far From Heaven) 等片之製作。專長為導演、製片、編劇、剪接、藝術行銷 (承辦影展、廣告、國際事務聯繫)、劇場等。



ACADEMIC AND PROFESSIONAL ACTIVITIES

BY CATEGORY, 1999-2007

PROFESSOR Ronald Michael Norman

CURRENT ACADEMIC POSITIONS

1999-Present: Professor, Sound & Image Graduate Institutes:
Studies in Management (Chairman: 8/02-7/03), Studies in Documentary,
Studies in

Animation, Tainan National University of the Arts, Tainan.

9/2005-2006: Professor, Graduate Film School, Screenwriting Program,
Taipei National University of the Arts, Guandu, Taipei.

2003-2005: Professor, Graduate School of Applied Media Arts,
National Taiwan University of the Arts, Ban-Ciao, Taipei.

2002-2003: Professor, Undergraduate Motion Picture Department,
National Taiwan University of the Arts, Ban-Ciao, Taipei.

RECENT ACADEMIC AND PROFESSIONAL FILM-RELATED ACTIVITIES

CONFERENCES

3/05....Participant: International Forum for Animation, Tainan.

10/04...Conferences with International Participants-NTU, Taipei, and Tainan:
"International Digital Arts & Media Conference".

4/03.... International Communication Seminar, Government Information Office
(GIO),

Taipei: "Producing and Distributing Documentary Film." Lecture: "The
Purpose of

Filmmaking: Find an Audience, Communicate, Excite Them" (with video).
Discussion:

"The Trends and Challenges," "Expectations of Taiwanese Independent
Documentary,"

"Film and Government Information Documentary Film".

1/03...."International Film Production and Marketing," Kaohsiung.

10/01...International Conference on Independent & Documentary Filmmaking
in Taiwan.

Paper: "International Filmmaking: An International Way to Preserve

Taiwan Artistic

Independence, With or Without China."

ACADEMIC AND PROFESSIONAL ACTIVITIES, 1999-2005: Prof. Ron Norman,
TNNUA...P.2

LECTURES

6/05....Tung-Fang Institute of Technology, Communication Arts, Kaohsiung:
"Cinema Language".

6/05....National Chiayi University, Dept. of Languages: "Documentary
Filmmaking".

12/04...American Institute in Taiwan (AIT), Culture & Public Affairs Bureau,
Taipei:

"The International Success of Hollywood and American Independent
Films".

10/04...National Yunlin University of Science & Technology, Cultural Heritage
Conservation Dept., Douliou: "Hollywood: The First Globalization of World
Culture".

5/03...."The Purpose of Art in a Technological Brutal World; The Purpose Of An
Arts College in Economically Hard Times." Talk given at the English Study
Group.

4/02....Government Information Office (GIO), Taipei: for Producers and
Directors.

9/01....Taiwan Public Television, Taipei: "Quality Control in Public Television".
Lecture and Seminar for Producers and Directors.

5/01....Nanjing University, China: "Hollywood and Chinese Cinema".

RESEARCH

7/05....Vietnamese Film and Arts, Ho Chih Minh City, Vietnam.

12/03...Grant: Research Trip to Shanghai and Hong Kong: Film & Television
Studios, Film

Archives, University-Film School, Production Companies, Theaters,
Museums, Film

Festival, Concert, Cultural Center, Arts Institutions.

4/03....Research trips for students to Taipei Film Archives, Hsin-Chu Moving
Image

Museum, Hua-Shan Art Center, Taipei Artists Village, PTS-TV, Ju-ming Museum.

1-2/00...Research and Photography Project: Orchid Island (Lanyu), Ilan, Taitung.

BOOKS

9/05...."History of American Animation," INTERNATIONAL ANIMATION, Taiwan.

PAPERS

4/05...."Newsreels: The First Sound-Bites," Newsreel History Forum, Tainan.

2/02....ArtTop Magazine: International and Taiwan Cinema.

OTHER PUBLICATION

6/04....Preface: Harmony House Association (NGO), Taipei: "Why Artists Should Support

Taiwan AIDS NGOs."

12/01...Forward: "New Age of Taiwanese Calligraphy," Chen Shien-hsieh Exhibition, Taipei.

12/00...Article: Labor Exchange Band (Hakka), Tainan.

9/00....Media Critic: Taipei Documentary Film Festival and Conference, Taipei.

3/00....Chief Editor: Tainan National College of the Arts, Supplementary Catalogue.

(Also wrote articles and contributed photographs.)

9-10/99...Correspondent on Earthquake: Orange County Register Newspaper, California.

ACADEMIC AND PROFESSIONAL ACTIVITIES, 1999-2005: Prof. Ron Norman, TNNUA...P.3

ORGANIZER/DIRECTOR

5/04....Liu-Chia Art Center, Tainan County.

3/04-5/04....“History of American Cinema” Series, with American Institute in Taiwan,

Culture & Public Affairs Bureau.

4/03....Director, Taiwan International Traveling Film Festival, Taitung. Funded by the

Taitung County Government and Taitung County Cultural Commission.

10/02... Taiwan Moving Imagemakers Association (NTMIA).

9/01-6/02...“Popcorn Theater.” Nightly showings of international cinema at TNCA,

three times per week.

3/01....“Pause,” TNCA Student Café and Performance Space.

1/00....TNCA Sound & Image “Memories” Exhibition, Guandu.

10/99...Asia-Pacific Sound & Image Association (APSIA).

JUDGE

3/05....English Speaking Competition, TNNUA.

4/04....English Speaking Competition, TNCA.

12/03...International Jury: Invited to serve as a Juror at the Taiwan International

Documentary Festival, Taipei.

3/02....International Jury: Taipei Film Festival, Golden Lion Awards, Taipei.

CONSULTANT

6/05....International Films Programming: South Taiwan International Film Festival-

Kaohsiung, Tainan.

11/04...International Films Programming: South Taiwan International Film Festival-

Kaohsiung, Tainan, Chiayi.

OTHER ACTIVITIES

6/05....English script: "Merchants of China," 35MM feature film, Taiwan/China.

6/05....English script: "Time Hunter," 35 MM feature film, Taiwan/New Zealand.

3/04....Tutorial for Filmmakers in Film and Videomaking Craft and Techniques, TNCA.

5/02....Ron Norman Photo Exhibition: "Trees." Tainan.

7-8/01... Script Doctor, Hollywood: "Far From Heaven" (35MM theatrical feature film).

Director: Todd Haynes.

8/00....Editing Doctor, Hollywood: "Panic" (35MM theatrical feature film).

Director: Henry Bromell.

4-5/00... Film: Chen Shiu-Bian Documentary Project: Guantien (home village), Longtian

(former school), Taipei (Inauguration, ceremonies, concert, and press conference).

4/00....Publicity: Shadow Puppets Festival: Kaohsiung CKS Cultural Center, Taoyuan

Cultural Center, Jhungli Art Center.

3/00....Film: Sugar Cane Harvesting, Hsin-Ying. (End of sugar cane farming in Hsin-Ying.)

1/00....International Publicity: Lin Hwai-Min Concert, National Theatre, Taipei.

ACADEMIC AND PROFESSIONAL ACTIVITIES, 1999-2005: Prof. Ron Norman, TNNUA... P.4

10/99-1/00...Earthquake Relief Project: Puli, Jiji, Dali, Wufang, Dongshi, Jiufen, Dakang,

Kinzhuang, Dongshi, Shuili, Guoxing, Nangang, Zhushan, Ershan, Zhongliao Xiang.

6-7/99... Script Doctor, Hollywood: "Legend of Bagger Vance" (35MM feature film).

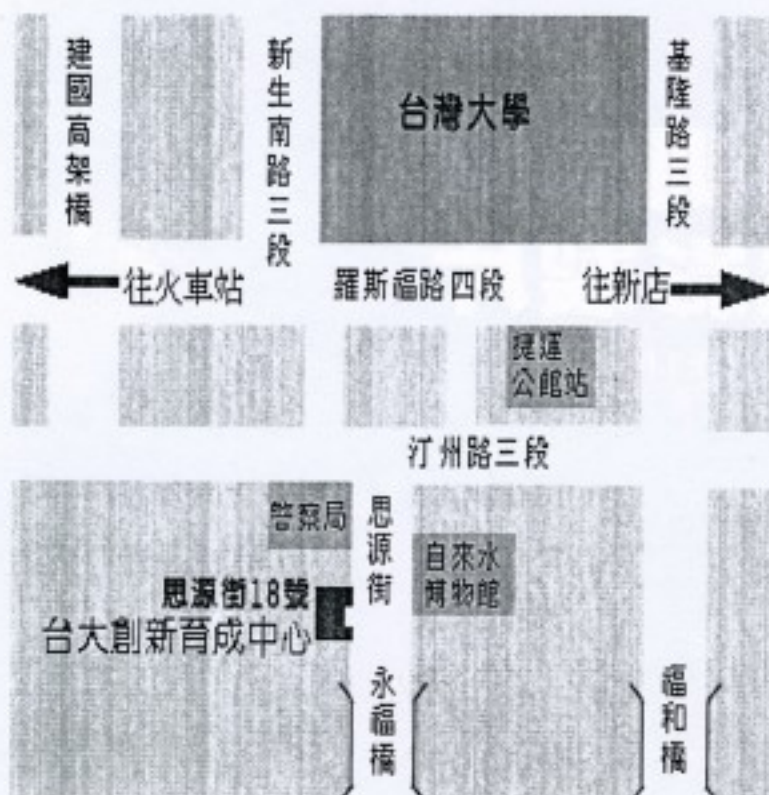
Director: Robert Redford.

5/99...Marketing Representative: Cannes Film Festival and Film Market, France.

(三) 上課地點及交通資訊

上課地點為台灣大學創新育成中心B棟簡報室(100 台北市中正區思源街 18 號，自來水博物館斜對面)

台大創新育成中心交通位置圖



★公車：0 南, 敦化幹線, 新店客運, 大有巴士板基線, 綠 11, 綠 13, 1, 30, 52, 74, 207, 208, 236, 251, 252, 253, 254, 278, 280, 284, 290, 291, 311, 505, 530, 606, 642, 644, 648, 660, 668, 907 捷運公館站下車, 步行約 10 分鐘即可抵達

★捷運：於捷運公館站 4 號出口，步行約 10 分鐘即可抵達

★校區備有停車場, 請於大門口入口處取票停車, 停車費每小時新台幣 30 元(開車同學可向工作人員索取優惠章, 為每小時收費新台幣 20 元)

(四) 文宣品：宣傳海報

國家影視及音訊委員會公告

國立臺北藝術大學 National Taiwan University of Arts 台灣電影中心 Taiwan Film Center

2007 培訓國際 電影製片

秋季工作坊 ⑩/⑪ - ⑬/⑭
全省強力轉集中

Want to Be A First-Class Producer
立足台灣，放眼國際，做個第一流的國際製片人！

編導齊聚的您，夏季研習工作坊、秋季工作坊
高級兩週並排研習，美、中雙重製片平台體驗，
超值精修包誌。

Karlo Slajkovic 歐洲電影製片，加片片導演研習
顧 品 中國電影製片人，大陸市場研習研習
Pan Homan 美國資深製片人，在片世界中的編劇製作
藍家平 電影研習專家，電影研習研習研習研習
製片工作經驗與專業、省級有關、請速報名！

報名日期：2007年9月10日 - 10月10日
報名簡章索取請洽
國立藝術大學電影創作研究所
<http://filmmaking.ntnu.edu.tw>
或台灣電影中心網頁查詢
<http://www.taiwanfilmcenter.com>
諮詢電話：02-2893-8067 02-2893-6192

主辦單位 **GIE** 行遠創新國際 Global International Education 協辦單位 國立臺北藝術大學 National Taiwan University of Arts 國立臺灣戲曲學院 National Traditional Chinese Opera College 02214902 **台灣電影中心** Taiwan Film Center 台灣電影研習中心

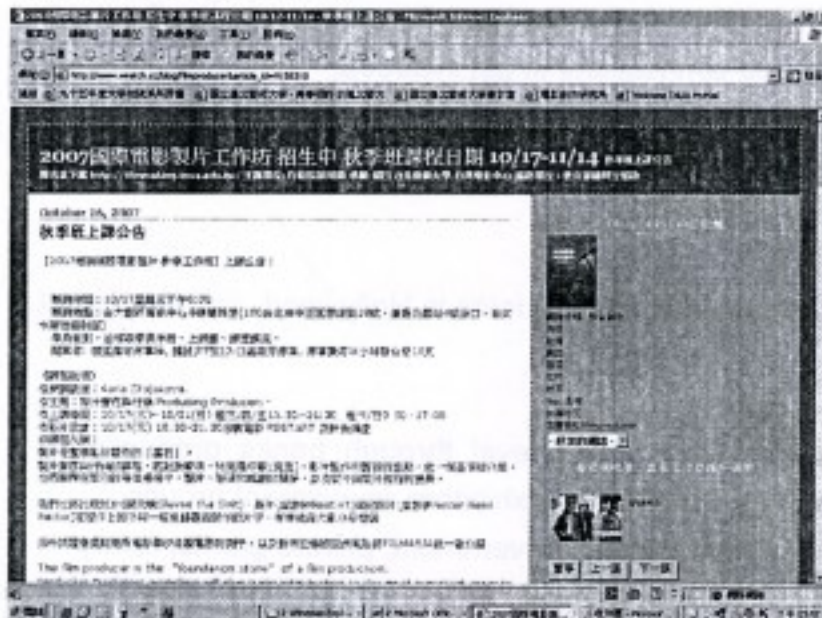
(五) 報名網頁及成果網頁樣式

有鑒於學員們可以在課堂之外作互動交流，執行小組成立專屬之課程交流 Weblog - 國際電影製片工作坊部落格，藉由網路的使用便利性，維持學員們間的相互聯繫，為參與本工作坊的成員們提供更大的網絡效益。並將此網站與電影創作研究所相連結，網址為 <http://www.wretch.cc/blog/filmproducer>

1. 本網站之定位及功能為

相關課程訊息：報名簡章，學員名單，電子文宣、課程講義、上課須知、上課集錦紀錄、影展訊息、電影放映活動相關訊息刊登。

2. 報名網頁、成果如附：



(六)『國際電影製片實務與製片技巧』課程講義

PRODUCING IN THE REAL WORLD

What is a Producer?

In film and television credits, especially on high-budget Hollywood productions, there is an endless list of producers: Executive Producers, Studio Producers, Independent Producers, Co-Producers, Associate Producers, Assistant Producers, Line Producers.

Everyone wants his or her name in the credits. Some deserve it; others use their negotiating power and connections to get included. Some work hard in the field,

some sit at desks making phone calls. What exactly do they do?

The focus of this course will be:

(1) Examining the various roles of producers in Hollywood, and the rest of the real world.

A producer's work may include:

- * Securing financing, at whatever budget level, through: banks, production companies, co-productions, distributors, exhibitors, investment groups, individual investors, television stations, government, private grants, family members, friends, personal loans, mortgaging your house, and/or credit cards.
- * Hiring key players: Director, Producer, Writer, Stars.
- * Contract negotiations.
- * Hands-on or hands-off management of a production.
- * Marketing, advertising, film markets, festivals.

(2) Discussing specific examples of financially and/or critically successful, as well as unsuccessful films and TV series....and the reasons why they were hits or failures.

(3) Watching selected films, TV, trailers, and viewing advertising campaigns, from the point-of-view of a producer (including reactions of audiences, critics, and festivals).

(4) Investigating how Hollywood and other countries produce and market films.

The purpose is to adapt some of their successful, useful, realistically possible methods

to help Taiwan film....and to avoid their mistakes.

Note: The teacher speaks clearly and slowly in English, and there is a translator assistant. Discussions and writing can be done in Chinese. Correct English is not necessary....

This is a practical producing class, not an English class.

什麼是製作人

在電影與電視的有功名單中，尤其是那些高預算的好萊塢製作，有一長串各種製作人，沒完沒了：執行製作、製片製作、獨立製作、共同製作、聯合製作、助理製作、製作總監。

每個人都想在有功名單上，看見自己的名字。有些人實至名歸，其它人則利用溝通力量與關係，讓自己上榜。有些人認真工作，有些人坐在桌旁打電話。他們到底實際上作了什麼？

本課程的焦點是：

檢視好萊塢各種不同製作人的角色，以及世界上其它的部份

製作人的工作可能包括以下幾種：

*尋找經費，不管預算高低，經由銀行、製作公司、共同製作、發行者、展示者、投資集團、個人投資者、電視台、政府、私人補助、家庭成員、朋友、個人信貸、抵押房屋、以及信用卡。

*雇用關鍵人物：導演、製作人、劇作家、明星

*製作管理上該碰與不該碰的事

*行銷、廣告、電影市場、影展

討論財務上特定的例子，或者是成功與失敗的電影與電視影集，以及其背後的原因。

以製作人的角度，觀賞特定的電影、電視、預告片、以及廣告活動(包括觀眾的反應、批評、以及影展)

調查好萊塢與其它國家，如何製作與行銷電影。

目的是獲取他們某些成功、有效、以及實際上可能的概念，以幫助台灣電影，以及如何避免發生他們的錯誤。

PRODUCING WORKSHOP

“AN OVERVIEW OF PRODUCING IN THE REAL WORLD”

Ron Norman

(e) asiafilm1@gmail.com

PRE-WORKSHOP NON-HOMEWORK

Prepare a 2-minute “pitch” (in Chinese or English) of a real or imaginary project that you would like to get money to make. We will discuss it in the Workshop.

(Note from Professor: For 24 years as a student (kindergarten through UCLA graduation),

I hated homework. So this is not homework, it is suggested work to help you, not to help the teacher. If you are not interested in pitching, if you are too busy to prepare,

or if you do not want to do it, please do not do it! Come to the Workshop anyway.)

WEDNESDAY: 31 OCTOBER

6:30 PM~

FILM SCREENING (TBA)

DISCUSSION

NON-HOMEWORK - PITCHING A SCRIPT OR FILM

We will discuss:

- (1) How to make your pitch more effective.
- (2) Ways to communicate better with your target audience.
- (3) The artistic possibilities and commercial realities of your project.

THURSDAY: 1 NOVEMBER

6:30~9:30 PM

THE MANY TYPES AND ROLES OF PRODUCERS:

Executive Producer
Producer (Studio and Independent)
Co-Producer
Associate Producer
Assistant Producer
Assistant to the Producer
Creative Producer
Supervising Producer
Consulting Producer
Production Executive
Coordinating Producer
Production Coordinator
Line Producer
Production Assistant
"Hands On" Producer
"Hands Off" Producer
"Producer in Name Only"

2 Producer Credits on *James Bond #1* (1962: 45 years ago).

10 Producer Credits on *James Bond #21*.

10 Producer Credits on *Matrix*.

35 Producer Credits on *CSI* (2007).

THE SCRIPT

KEY:

Creating – 3t

Editing - 0

Selling (to Producers, Directors, Stars) - f

Selling (to Audience) - e

3Idea

f e Concept: High and Low Concept

3f Genre

3f e Target Audience

0 e Ratings

3 f Logline
e Tagline

f Pitching
3 f Synopsis
3 f Treatment
0 f Scene Treatment
3 Rough Draft
3 1st Draft
3 2nd Draft
0 3rd Draft
0 Revision 1
0 Revision 2
0 50th Draft
0 Etc., etc.
3 0 Final Draft
0 Script Breakdown
3 Shooting Script
0 Script Doctor

FRIDAY: 2 NOVEMBER

6:30~9:30 PM

WHAT IS THE MOST IMPORTANT IN MAKING A GOOD OR BAD FILM:

Producer, Director, Stars, Special Effects, Budget, Camera, Locations,
Writer?

WORKING WITH CREATIVE PEOPLE:

Director
Writer
Stars

WORKING WITH CRAFTS PEOPLE:

Other Producers
Cinematographer/Videographer
Editor
Crew

HOLLYWOOD MYTH, GOSSIP, AND REALITY

SATURDAY: 3 NOVEMBER

9:30 AM~12:00 Noon (Session One)

PUTTING THE PACKAGE (PRODUCTION) TOGETHER:

GUEST: LAI YUNG-RUNG (*Independent Producer: Orpheus Digital Arts Alliance*)

- Raising Money
- Co-Productions / Co-Financing
- Creative Financing
- Budgets
- Contract Negotiations
- Production Value
- Art and/or Entertainment

STORY DEPARTMENT

- Script Coverage (Script Readers)
- Development

12:00 PM~12:30 PM

- Q & A

12:30 PM~2:00 PM

- Lunch (*You Are What You Eat*)

2:00 PM~4:30 PM (Session Two)

MARKETING:

- Advertising
- Publicity
- Promotion
- Public Relations
- International Marketing
- Why Films Make or Lose Money

MARKETING TOOLS:

- Trailers
- TV Spots
- Posters
- DM
- Press Kits
- Promo (Promotional)Kits
- Media: Magazines, Newspapers, TV, Radio, Websites, Critics

AUDIENCES: (*Remember them?*)

- Genres

Target Audiences
Ratings and Censorship

4:30 PM~5:00 PM

Q & A

SUNDAY: 4 NOVEMBER

9:30 AM~12:00 Noon (Session One)

FESTIVALS AND MARKETS:

The Big Three Festivals: Cannes, Berlin, Venice

A-Level Festivals

B-Level Festivals

Local Festivals

Specialized: TV, Animation, Documentary, Children, Shorts, Women, Gay,
Advertising.

Major Film/Video Markets: Cannes, Berlin, MIFED, MIPCOM, Toronto,
London, Tokyo.

Niche Markets: Busan, Rotterdam, AFM, Sundance, Hawaii, Montreal,
Sao Paolo.

12:00 PM~12:30 PM

Q & A

12:30 PM~2:00 PM

Lunch (*You Are What You Eat. Really.*)

2:00 PM~4:30 PM (Session Two)

CULTURAL DIFFERENCES:

Taiwan

Hong Kong

China

Korea

Japan

India

Europe

HOLLYWOOD VS. INTERNATIONAL CINEMA:

America

Hollywood

The Rest of the World

ETHICS:

Survival

Making Profit

Helping the Taiwan Film Industry

Helping Taiwan

4:30 PM~5:00 PM

Q & A (Quality & Art)

FILM RATINGS

The Rating System was invented by Hollywood studios (MPAA-Motion Picture Association of America) to prevent the U.S. government from passing national laws about censorship and what ages can see different movies. Other countries use the Hollywood system, or their own rules of censorship.

Big theater chains usually follow these rules. Small theater chains, independent theaters, and local theaters usually do not follow these rules, because they need money more than they fear the law. The Ratings System is designed to *look* good on the surface to conservatives, parents and religious leaders, but it is not strictly enforced.

More than 50% of films released are “R”-rated. They are about serious “adult” topics.

The largest target audience – teens, college-age, and young adults – do not want to see “G”-rated or even “PG”-rated films, because the films do not have violence or sex, and are probably “boring”.

Some films ADD a little sex, drugs, bad language, or violence, just so they will get a more “adult” rating. Then teenagers will come.

Many conservative local theaters will not show any “X” or “NC-17”-rated films. TV and many newspapers practice censorship, and will not even accept advertisements for those movies.

Most films which get “X” or “NC-17” ratings appeal to the Film Ratings Board to get a lower “R”-rating. Some films cut out scenes in order to get an “R” rating. Many films are released in two versions: “Director’s Cut” (original) and Censored versions, which increases sales.

Some “X” or “NC-17”-rated films which cannot get an “R”-rating, choose to be released “Unrated.” But many newspapers will not accept advertising for “Unrated” movies.

American politicians and parents are most afraid of “damaging” their children by seeing movies with these bad things (in order of importance):

- (1) Sex and nudity: Men are more covered up than women. Breasts, asses can be accepted.
- (2) Drugs: *mild* marijuana and *dangerous* heroin, are treated as equally bad, alcohol is ok.
- (3) Strong Language: “bad” words about sex, and hurtful words about religion, race.
- (4) Violence: too much blood, cutting off body parts, torture, realistic war.

European morality and fear of damaging society is almost the opposite of America. Movies with these things are usually considered harmful by their societies (in order of importance):

- (1) Violence: killing, torture, and blood as entertainment – but real war is ok.
- (2) Language: hateful words about race, gays, women, religion, and sex are not ok.
- (3) Drugs: marijuana is ok, self-destructive drugs are not.
- (4) Sex: breasts, asses, sexual organs are ok – but demeaning the body is not.

FILM RATINGS...P.2

RATINGS (categories are sometimes changed because of politics):

G (General Audiences, all ages permitted).

Examples: Most Disney movies, Finding Nemo, Lion King, Princess Diaries, Babe, Black Stallion, 2001, Flipper, Wizard of Oz, Bringing Up Baby, National Velvet.

PG (Parental Guidance, some material not suitable for children).

Examples: Harry Potter, Shrek, Incredibles, Star Wars, My Big Fat Greek Wedding.

PG-13 (Parental Guidance for children under age 13).

Examples: Lord of the Rings, Spider-Man, Batman, Mission Impossible, Star Trek.

PG-17 (Parental Guidance for children under age 17).

Examples: Van Helsing. (*A new rating category, but very few films are “PG-17”.*)

R (Restricted, no one under age 17 allowed in without an Adult).

Examples: Matrix, Terminator, There's Something About Mary, Eternal Sunshine.

NC-17 (Adult content: *artistic sex, drugs, language, violence*).

Examples: Pulp Fiction, Wide Sargasso Sea, Wild Bunch, 40 Year Old Virgin, Eyes Wide Shut, Boys Don't Cry, Clerks, Bad Education, Henry and June, L.I.E., In the Realm of the Senses, Killing Zoe, Last Tango in Paris, The Lover, Showgirls.

X (Adults: *soft-core pornography, sex, nakedness with no artistic value*).

*Includes: XXX (Adults: *hardcore pornography, real sex with no artistic value*).*

Examples: Story of "O", Inside Deep Throat, Pink Flamingos, La Grande Bouffe.

UNRATED: (Film Rating Board has not given the film any official rating).

Examples: Happiness, Kids, Kika, Tie Me Up! Tie Me Down! (Almodovar).

TARGET AUDIENCES

There are no rigid rules in filmmaking or art. These are *generalized* ages, not exact ages. Target audiences are used by producers, marketing people, distributors, and exhibitors to decide about what kind of advertising to do, and what the potential profits may be:

YOUNG CHILDREN (5-8)

CHILDREN (9-12)

YOUNG TEENS (13-16)

TEENS (16-19)

COLLEGE (18-25)

YOUNG ADULTS (21-29)

ADULTS (30-50)

SENIORS (50+)

SPECIALIZED TARGET AUDIENCES:

WHITE-COLLAR: Movies where the target audience is mostly white collar workers who

went to colleges or universities: office workers, teachers, executives, technology workers, financial workers, higher income people, etc.

BLUE-COLLAR: Movies where the target audience is mostly blue collar workers who did not go to colleges or universities: factory workers, farmers, manual laborers,

service workers, crafts people, lower income people, etc.

DATE MOVIE: Romantic, horror, comedy, and teen drama movies where the target audience is teen, college, and young adult men who bring their

girlfriends.

GUY MOVIE: Masculine action and war movies where the audience is mostly men: teen, college, young adult, and blue-collar workers.

GIRL MOVIE: Emotional romantic and “marriage” movies, where the audience is mostly women: teen, college, young adult, girls who force their

boyfriends to go with them, single women, and housewives.

GAY/LESBIAN: Dramatic movies with gay characters, about gay love, coming out to parents and friends, AIDS, and prejudice against gays/lesbians.

These are gay movies about gays, where the audience is mostly gays and lesbians.

ETHNIC: Action, comedy, and drama, where the characters are mostly Black or Hispanic. These are movies about Blacks or Hispanics, where the audience is mostly

Black or Hispanic teens, young adults, and blue-collar workers.

ART: In the West, these are most films not in English, with English subtitles, and “serious” films (drama, comedies, political, documentaries) which go to film festivals. The audience is college-age, young adult, and higher-educated people.

GENRES & Sub-Genres

Comedy

Silent

Slapstick

Vaudeville & Burlesque

Physical

Wordplay (dialogue)

Screwball

Black Comedy

Dry Humor

Satire

Skits

Teen

Romance

Drama

Tragedy (Weeper)

Melodrama

Disability

Film Noir

Buddy Movie

Courtroom

Wall Street

Teacher/Student

Family

Historical

Biography

Docudrama

Action

Disaster

Chase

Gangster

Cop

Mafia

Thief

Killer

Psycho

Action (*continued*)

War

Soldiers

Terrorists

Martial Arts

Samurai

Swordplay

Kung-Fu

Comics

Comic Book

Strip (Newspaper)

Superhero

Animé & Mange

TV Cartoons

Adventure

Road Movie

Period (Historical)

Exotic

Explorer

Conquest

Suspense

Mystery

Thriller

Detective

Robbery

Thief

Caper

Grifter

Bait & Switch

Western

Classic Western

Cowboys & Indians

Shoot 'Em Up

Revisionist Western (Modern Western)
Indians

Genres & Sub-Genres....P.3

Horror

Classic Horror

Body Parts (Slice 'Em/Dice 'Em)

Science Fiction (Sci-Fi)

Classic Science Fiction

Nuclear

Apocalyptic

Time Machine

Fantasy

Musical

Opera

Singing

Dance

Musical Comedy

Broadway

Off-Broadway

Religious

Spiritual

Traditional

Cult

Fundamentalist

Sexual

Erotic (R-rating)

Soft-Core (X-rating)

Hard-Core (XXX-rating)

Gay & Lesbian

Coming Out

Ethnic

Black

Gangsta

Rap & Hip Hop
Drugs
Social
Political
Family

Genres & Sub-Genres...P.4

Ethnic (*continued*)

Hispanic

Asian

Culture Shock

Asian-American

Immigrant

Refugee

Women

Experimental

Avant-Garde

Abstract

Digital

Music Video

Educational

Academic

Industrial

Instructional

Advertising

Public Service

Spot Ads

Trailer

Documentary

Activist

Political

Propaganda

Historical
Social Change
Cultures
Arts
Nature
Environmental
News
 Newsfilm
 Newsreel

Genres & Sub-Genres....P.5

Animation

 Cartoon
 Adult Short
 Adult Feature
 Animé
 Mange

Live Action

 Narrative Fiction
 Art
 Entertainment
 Studio Film
 Independent
 Underground
 Feature (70+ minutes)
 Short Feature (45-60 minutes)
 Short (under 45 minutes)
 Mini-Series (TV show with only a few episodes)

TELEVISION

 Network

Independent Channels

Public Television

Cable

Series (weekly TV show)

Mini-Series (TV show with only a few episodes)

Specials

Drama

 Cop

 Detective

 Doctor

 Sci-Fi

 Docudrama

Genres & Sub-Genres....P.6

TELEVISION *(continued)*

Sit-Com (Comedy)

Soap Opera

Talk

Variety

 Late Night

Award Shows

Reality

News

Financial

Sports

Religious

T-Sales (selling on TV)

 Ads

Movies

 Theatrical Features

 Made for Video

TV Movie

Documentary

Biography

History

Nature

Culture

Lifestyle

Travel

Health

Cooking

Fashion

Decorating

Architecture

Children's TV

Educational

Entertainment

Cartoons

Genres & Sub-Genres....P.7

TELEVISION (*continued*)

Arts

Performance

Music

Dance

Theatre

Fine Arts

Painting

Sculpture

Photography

Multi-Media

Writing

Poetry

HOMEWORK: PITCH SCRIPT OR FILM

Prepare a 2-minute “pitch” (in Chinese or English) of a real or imaginary project you would like to get money to make. We will discuss:

- (1) how to make the pitch more effective,
- (2) ways to communicate better with your target audience,
- (3) the artistic possibilities and commercial realities.

STORMS BREW FOR KOREAN CINEMA

by Doug Jones (October 9, 2007)

Rain crashed the party last Thursday at the opening night ceremony of the Pusan International Film Festival. With over 8,000 enthusiastic fans inside and out the open-air venue and a parade of Asian stars on the red carpet, the weather made itself felt for the first time in the festival's twelve-year history. For the pessimists in the crowd in search of a metaphor, the clouds overhead encapsulated the rough time Korean cinema has had this year. (Investment in film production is down from last year, and tickets sales for domestic films are at their lowest levels since 2001.) But for festival organizers, the rain was just a challenge to be met with smiles, oversized umbrellas for the denizens of the red carpet and disposable plastic raincoats for everyone else.

The festival, which over its ten-day run will screen 275 films from 65 countries, opened with the world premiere of Feng Xiaogang's "Assembly," a World War II picture based on the true story of a Chinese army captain who witnesses his entire company wiped out in battle. Inspired in equal parts by "Saving Private Ryan" and the recent Korean blockbuster "TaeGukGi," "Assembly" boasts the most elaborate battle scenes ever filmed for a Mainland movie, but the spectacle onscreen was easily matched by what had gone on earlier outside the theater, where squadrons of yellow-slickered police officers kept onlookers, who at times whipped themselves up to Beatlemania levels of excitement, at bay while festival guests walked the red carpet.

Royston Tan got the buzz on his film, "881," started early with his and his cast's appearance at opening night. Sporting the over-the-top costumes featured in his film, Tan and company looked as if they had just stepped out

of a Baz Luhrmann fever dream. The film, featured in the festival's newly-created Gala section alongside the latest films of Hou Hsiao Hsien, Im Kwon Taek, and Lee Myung-Se, is a candy-coated musical melodrama about the Papaya Sisters, two singers working their way to the top of Singapore's traditional and very theatrical Getai circuit, where each costume change is more outlandish than the last. Those who don't share the film's high sense of camp and nostalgic love for the beloved Sixties-era Singaporean pop songs featured throughout may see it as an exercise of style over substance. Yet others have embraced "881" as fantastic fun including the audience at Friday night's sold out premiere, who were called upon to sing 'Happy Birthday,' in Korean, to Tan, who was presented with two birthday cakes by the festival. Amazingly, Tan had no problems blowing out all the candles on both cakes with just one breath.

Although they didn't come with cake, a few other films have emerged as early festival favorites. From Malaysia comes Seng Tat Liew's "Flower in the Pocket," in which two brothers, left to their own devices by their hard-working dad, get up to all sorts of good natured mischief. Writer/director James Lee, whose own film "Waiting for Love" is playing later in the festival, gives a nicely understated performance as the father, but the film really belongs to its two young stars, who are tons of fun to watch as they run around town, exploring, playing and bringing new life to the old adage that "boys will be boys."

Let me be the first to apply the terms "Altmanesque" to Singing Chen's "God Man Dog." It's not completely appropriate--there's probably more dialogue in the first half hour of "M*A*S*H" than in the entire two-hour running time of Chen's film, but in terms of structuring a multi-character ensemble piece and weaving everyone's story in and out of everyone else's, Chen does it like

a pro. From the young hand model suffering from post-partum depression to the alcoholic truck driver trying to stay dry to the handicapped psychic who cares for stray dogs and abandoned statues of the gods, it seems like everyone in Taiwan is experiencing a crisis of faith, and Chen captures it all with a crisp visual style and a sharp sense of rhythm to her editing.

Both "Flower in the Pocket" and "God Man Dog" are in New Currents, a competitive section of the festival. While that winner won't be announced until the end of the festival, a number of honorary awards have already been given out. As part of opening night, Ennio Morricone was supposed have been honored with a ceremonial hand printing, but the inclement weather kept the legendary composer indoors and the presenting ceremony private. On Saturday, at the Asian Cinema Night dinner party, film programmers Sabrina Baracetti from Italy's Udine Far East Film Festival and Jean-Francois Rauger from the Cinematheque Francaise were given the Korean Cinema Award for their ongoing support of Korean films. This was followed by a brief tribute to Taiwanese director Edward Yang, who passed away in June. It was an emotional moment for many in the room, but Yang's seriously jetlagged young son lightened up the mood with his efforts to keep his eyes open while on-stage accepting the honor for his father. Speaking of her husband's legacy, Kaili Peng noted that that evening marked the 100th day since Yang's death, saying, "Edward had a great passion for filmmaking, and I hope his spirit will continue to inspire the next generation of filmmakers."

1000	STORY & SCRIPT	Limit	Rate W/D	Subtotal	Total
1001	Story and script	1	700 000	700 000	700 000
1002	Translation	1	45 000	45 000	45 000
1003	Script messengers				
1004	Script copy	1	30 000	30 000	30 000
1005	Storyboard	1	50 000	50 000	50 000

1000	Sub-total			825 000	
------	-----------	--	--	---------	--

1100	PRE-PRODUCTION	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
1101	Recce, study material, meetings, scoutings etc.	1	100 000	100 000	100 000

1100	Sub-total			100 000	
------	-----------	--	--	---------	--

1200	DIRECTOR / CREW	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
1201	Director	1	1 000 000	1 000 000	1 000 000
1202	1st AD				
	Prep	15	15 000	225 000	
	Shoot	10	25 000	250 000	
	Postprod	5	15 000	75 000	550 000
1203	2nd AD				
	Prep	5	10 000	50 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	1	10 000	10 000	210 000
1204	3rd AD				
	Prep	2	9 000	18 000	
	Shoot	10	12 000	120 000	
	Postprod				138 000
1205	Runner				
	Prep	1	6 000	6 000	
	Shoot	10	9 000	90 000	
	Postprod				96 000
1206	Script				
	Prep	1	10 000	10 000	
	Shoot	10	20 000	200 000	
	Postprod	1	10 000	10 000	220 000

1200	Sub-total			2 214 000	
------	-----------	--	--	-----------	--

1300	CAST & CASTING	Pers./limit	Rate W/D	Subtotal	Total
1301	Cast				
	actors	1	5 000 000	5 000 000	
	models				
	dancers				
	smal parts	1	3 000 000	3 000 000	
	stunts	1	250 000	250 000	

TNUA

	bits	1	200 000	200 000	8 450 000
1302	Extras				
	extras	2000	500	1 000 000	1 000 000
1303	Stand in	1	100 000	100 000	100 000
1304	Casting				
	Casting director	1	500 000	500 000	
	Assist. Casting Director	1	150 000	150 000	
	Studio / Video / Tapes / Pictures	1	35 000	35 000	685 000
1305	Choreography				
	Choreographer	1	50 000	50 000	
	Studio rent	1	25 000	25 000	
	Assist. Choreographer	1	25 000	25 000	100 000
1306	Extra help - cast, extras				
	Pre	3	10 000	30 000	
	Shoot	10	10 000	100 000	130 000

1300	Sub-total				10 465 000
-------------	------------------	--	--	--	-------------------

1400	PRODUCTION / CREW	Week/Day	Rate/W/D	Subtotal	Total
-------------	--------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------

1401	Production Manager	1	1 000 000	1 000 000	1 000 000
1402	Location Manager				
	Prep	17	15 000	255 000	
	Shoot	10	20 000	200 000	
	Postprod	2	15 000	30 000	485 000
1403	Unit Manager				
	Prep	15	15 000	225 000	
	Shoot	10	20 000	200 000	
	Postprod	2	15 000	30 000	455 000
1404	Production Coordinator				
	Prep	15	15 000	225 000	
	Shoot	10	20 000	200 000	
	Postprod	1	15 000	15 000	440 000
1405	Production Assistant				
	Prep	10	6 000	60 000	
	Shoot	10	10 000	100 000	
	Postprod	5	6 000	30 000	190 000
1406	Production runner				
	Prep	1	6 000	6 000	
	Shoot	10	9 000	90 000	
	Postprod				96 000
1407	Production office secretary				
	Prep	20	5 000	100 000	
	Shoot	10	5 000	50 000	
	Postprod	20	5 000	100 000	250 000

1408	Accountant				
	Prep	20	10 000	200 000	
	Shoot	10	10 000	100 000	
	Postprod + account	20	10 000	200 000	500 000
1409	Ass. Accountant				
	Prep	1	5 000	5 000	
	Shoot	10	5 000	50 000	
	Postprod	5	5 000	25 000	80 000
1410	Cashier				
	Prep				
	Shoot	20	6 000	120 000	
	Postprod				120 000
1411	Interpretor				
	Prep	10	10 000	100 000	
	Shoot	10	10 000	100 000	
	Postprod	10	10 000	100 000	300 000
1412	Customs	1	20 000	20 000	20 000
1400	Sub-total				3 936 000

1500	SET / CREW	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
1501	Art Director	1	900 000	900 000	900 000
1502	Set manager				
	Prep	15	10 000	150 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	2	10 000	20 000	320 000
1503	Assist. Set manager				
	Prep	15	6 000	90 000	
	Shoot	10	9 000	90 000	
	Postprod	2	6 000	12 000	192 000
1504	Draughtsman / 2 pers.				
	Prep	1	50 000	100 000	100 000
1505	Construction person / 2 pers.				
	Prep	10	6 000	120 000	
	Shoot	10	9 000	180 000	
	Postprod	1	6 000	12 000	312 000
1506	Materials	1	1 000 000	1 000 000	1 000 000
1500	Sub-total				2 824 000

1600	CONSTRUCTION	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
1601	Construction STUDIO / INT	1	1 000 000	1 000 000	1 000 000
1602	Blue Screen (incl. studio rent)	1	500 000	500 000	500 000

1603	Construction EXT (incl. materials, transport and construction)	1	2 000 000	2 000 000	2 000 000
1600	Sub-total				3 500 000
1700	PROPS / CREW	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
1701	Set dresser				
	Prep	7	10 000	70 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	1	10 000	10 000	230 000
1702	Prop master				
	Prep	10	10 000	100 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	1	10 000	10 000	260 000
1703	Buyer				
	Prep	10	9 000	90 000	
	Shoot	10	9 000	90 000	
	Postprod	1	9 000	9 000	189 000
1704	Prop assistant				
	Prep	10	9 000	90 000	
	Shoot	10	9 000	90 000	
	Postprod	1	9 000	9 000	189 000
1705	Prop assistant				
	Prep	3	6 000	18 000	
	Shoot	10	6 000	60 000	
	Postprod	1	6 000	6 000	84 000
1706	Swing gang / 2 pers.				
	Shoot (incl. van)	10	15 000	150 000	150 000
1707	Helping hands	10	5 000	50 000	50 000
1708	Guns rent	1	50 000	50 000	50 000
	Gun supervision	1	20 000	20 000	20 000
	SFX supervisor	1	20 000	20 000	20 000
1709	Rental of animals	1	100 000	100 000	100 000
	Animal holder / trainer	1	50 000	50 000	50 000
1710	Advisers	1	50 000	50 000	50 000
1711	Props (incl. props, transport and fee)	1	3 000 000	3 000 000	3 000 000
1700	Sub-total				4 442 000
1800	CAMERA / CREW	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
1801	Director of Photography (DoP)	1	900 000	900 000	900 000
1802	Camera operator				

TNUA

	Prep	2	30 000	60 000	
	Shoot	10	40 000	400 000	
	Postprod	1	10 000	10 000	470 000
1803	Focus puller				
	Prep	2	20 000	40 000	
	Shoot	10	25 000	250 000	
	Postprod	1	5 000	5 000	295 000
1804	Clapper / Loader				
	Prep	1	2 500	2 500	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	1	2 500	2 500	155 000
1805	Video Operator				
	Prep	1	2 500	2 500	
	Shoot	10	12 000	120 000	
	Postprod	1	2 500	2 500	125 000
1806	Second cameraman	15	20 000	300 000	300 000
1807	Steadycam Operator				
	Shoot	20	7 000	140 000	140 000
1808	Still Photographer	10	15 000	150 000	
	Material	1	50 000	50 000	200 000
1809	Key Grip				
	Prep	2	3 000	6 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod				156 000
1810	Camera / Dolly Grip				
	Prep	1	3 000	3 000	
	Shoot	10	12 000	120 000	
	Postprod	1	3 000	3 000	126 000
1811	Jimmy Jib / Swiss Jib Operator				
	Prep	1	3 000	3 000	
	Shoot	20	4 000	80 000	
	Postprod				83 000
1812	Helping grip	20	9 000	180 000	180 000
1813	Helicopter shooting				
	Helicopter rental	2	150 000	300 000	
	Helicopter Engineer	2	20 000	40 000	
	Helicopter Pilot	2	20 000	40 000	
	Helicopter Rigging Tech.	2	35 000	70 000	450 000
1814	Camera rental				
	Principal Mute Camera Package 35mm	10	100 000	1 000 000	
	2nd Camera Package 35mm	15	35 000	525 000	
	Lenses and other access.	10	20 000	200 000	
	Steadicam	20	10 000	200 000	
	Gels, tape atc / allow	1	50 000	50 000	1 975 000
1815	Trick camera rental + cameraman	5	20 000	100 000	100 000

TNUA

1816	Underwater equipment	1	35 000	35 000	35 000
1817	SFX				
	Smoke Machine (incl. crew)	20	10 000	200 000	
	Rain car (incl. crew)	15	15 000	225 000	
	Cherry Picker	15	10 000	150 000	575 000
1818	Grip rental				
	Grip Package incl. Dolly arm	10	50 000	500 000	
	Car mount	10	9 000	90 000	
	Jimmy jib / Swiss Jib	20	13 000	260 000	
	Grip extendibles	1	50 000	50 000	900 000

1800 Sub-total 7 165 000

1900 LIGHTING / CREW **Week/Day** **Rate W/D** **Subtotal** **Total**

1901	Gaffer				
	Prep	5	20 000	100 000	
	Shoot	10	25 000	250 000	
	Postprod	2	5 000	10 000	360 000
1902	Best boy				
	Prep	4	10 000	40 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	2	3 000	6 000	196 000
1903	Electricians				
					<i>/ 3 pers.</i>
	Prep	1	10 000	30 000	
	Shoot	10	13 000	390 000	
	Postprod	1	2 500	7 500	427 500
1904	Electric Package				
	Lights	10	75 000	750 000	
	Accessories	10	25 000	250 000	1 000 000
1905	Miscellaneous Electric	1	200 000	200 000	200 000
1906	2 Lighting Cranes (incl. Scaffolds)				
	Shoot	10	20 000	400 000	
	Labour	10	15 000	300 000	700 000
1907	2 Generators + base camp				
	Generator	10	30 000	600 000	
	Fuel	10	10 000	200 000	
	Labour	10	12 000	240 000	1 040 000
1908	Power at EXT	1	500 000	500 000	500 000

1900 Sub-total 4 423 500

2000 SOUND / CREW **Week/Day** **Rate W/D** **Subtotal** **Total**

2001	Sound mixer				
	Prep	5	10 000	50 000	

	Shoot	10	20 000	200 000	
	Postprod	10	15 000	150 000	400 000
2002	Boom operators	/ 2 pers.			
	Prep	1	9 000	18 000	
	Shoot	10	10 000	200 000	
	Postprod	1	9 000	18 000	236 000
2003	Sound Package rental	10	45 000	450 000	450 000
2004	Sound Stock				
	Dat cassette	250	100	25 000	
	Sound material	1	20 000	20 000	45 000
2005	Communications Gear				
	Walkie talkies	10	20 000	200 000	200 000
2006	Playback				
	Playback Operator	5	2 500	12 500	
	Playback rental	5	5 000	25 000	37 500
2007	Sound Postproduction				
	ADR (postsynchs)	1	250 000	250 000	
	Head mixer (sound, dolby etc.)	1	200 000	200 000	
	Sound effects studio rent	1	250 000	250 000	
	Postsynch studio rent	1	250 000	250 000	
	Archives	1	100 000	100 000	
	Transfers, pre-mixing	1	100 000	100 000	
	Mix Dolby Digital + MMP	1	200 000	200 000	
	Mastering	1	500 000	500 000	
	CZ version	1	200 000	200 000	2 050 000

2000	Sub-total				3 418 500
-------------	------------------	--	--	--	------------------

2100	WARDROBE	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
-------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------

2101	Costume designer	1	750 000	750 000	750 000
2102	Wardrobe mistress				
	Prep	10	10 000	100 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	2	10 000	20 000	270 000
2103	Wardrobe assistant				
	Prep	10	10 000	100 000	
	Shoot	10	12 000	120 000	
	Postprod	2	10 000	20 000	240 000
2104	Wardrobe assistant				
	Prep	5	6 000	30 000	
	Shoot	10	9 000	90 000	
	Postprod	2	6 000	12 000	132 000
2105	Extra Labour				
	2 Assistants	10	6 000	120 000	120 000
2106	Costumes				

TNUA

	rent	1	1 000 000	1 000 000	
	buy	1	700 000	700 000	
	made	1	700 000	700 000	2 400 000.
2107	Equipment rent	10	10 000	100 000	100 000
2108	Miscellaneous	1	50 000	50 000	50 000
2100	Sub-total				4 062 000

2200	MAKE-UP	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
2201	Make-up chief				
	Prep	5	10 000	50 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod				200 000
2202	Haidresser				
	Prep	3	10 000	30 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod				180 000
2203	Make-up assistants	/2 pers.			
	Prep				
	Shoot	10	9 000	180 000	
	Postprod				180 000
2204	Make up Assist. / Hairdresser Assist.				
	Prep				
	Shoot	10	9 000	90 000	
	Postprod				90 000
2205	Extra labour (costumes+make up)				
	Assistant	/2 pers.			
		10	9 000	180 000	180 000
2206	Make-up & hair supplies	1	150 000	150 000	150 000
2207	Equipment rent	1	50 000	50 000	50 000
2200	Sub-total				1 030 000

2300	TRANSPORT	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
2301	Personal cars with drivers				
	1. car / production				
	Prep	10	15 000	150 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	2	15 000	30 000	330 000
	2. car / crew bus				
	Prep	10	15 000	150 000	
	Shoot	10	15 000	150 000	
	Postprod	1	15 000	15 000	315 000

TNUA

	3. car / actors	22	15 000	330 000	330 000
2302	Minibuses - crew				
	1.minibus	10	15 000	150 000	
	2.minibus	10	15 000	150 000	
	3.minibus	10	15 000	150 000	450 000
2303	Mileage Allowance				
	Fuel	1	100 000	100 000	
	Taxi	1	50 000	50 000	150 000
2304	Technical support cars				
	Light truck	10	10 000	100 000	
	Grip truck	10	10 000	100 000	
	Camera truck - A, B camera	10	15 000	150 000	
	Sound car	10	10 000	100 000	
	Construction stand-by	10	6 000	60 000	450 000
	Wardrobe bus	10	10 000	100 000	
	Make up bus	10	10 000	100 000	
	Wardrobe truck	10	6 000	60 000	260 000
	Catering van	10	50 000	500 000	
	Add transport	1	50 000	50 000	550 000
	Toi toi - mobile toilets	10	15 000	1 050 000	
	Ambulance	10	10 000	100 000	
	Fire department	10	10 000	100 000	
	Water tank	10	7 000	70 000	1 320 000
2305	Air tickets	1	200 000	200 000	200 000
2306	Caravans				
	Principal caravan	10	25 000	250 000	
	VIP van (cast,director)	10	100 000	1 000 000	
	Cleaning caravans	1	25 000	25 000	1 275 000

2300	Sub-total				5 630 000
-------------	------------------	--	--	--	------------------

2400	LOCATION	Week/Day	Rate W/D	Subtotal	Total
2401	Location rent (include permits, parking etc.)	1	2 000 000	2 000 000	2 000 000
2402	Production office rent at location	1	50 000	50 000	50 000
2403	Production office - overhead				
	Telephone / Telex / Fax	1	500 000	500 000	
	Mobile communication	1	500 000	500 000	
	Copies and translations	1	200 000	200 000	
	Computers, faxes	1	50 000	50 000	
	Office miscellaneous	1	50 000	50 000	1 300 000
2404	Art Director rooms rent				
	Art department room	1	100 000	100 000	
	Costume room	1	50 000	50 000	

	Prop room	1	50 000	50 000	200 000
2405	Extra labour				
	Nurse	1	50 000	50 000	
	Fireman	1	50 000	50 000	
	Police	1	75 000	75 000	
	Security	1	250 000	250 000	
	Consultants	1	25 000	25 000	450 000
2406	Other facilities	1	50 000	50 000	50 000

2400 Sub-total 4 050 000

2500 STUDIO RENTAL **Week/Day** **Rate W/D** **Subtotal** **Total**

2501	Rental of Stage + heating (timing - Constr, Dress, Shoot, Postprod)	1	1 000 000	1 000 000	1 000 000
------	---	---	-----------	-----------	-----------

2500 Sub-total 1 000 000

2600 STOCK & NEGATIVE **roles** **price/role** **Subtotal** **Total**

2601	Negative Kodak Vision 35mm	250	5 000	1 250 000	1 250 000
------	-----------------------------------	-----	-------	-----------	-----------

2600 Sub-total 1 250 000

2700 LABORATORY **metres** **price/m** **Subtotal** **Total**

2701	Negative developing / prep.telecine transfer	30500	25	762 500	762 500
------	---	-------	----	---------	---------

2702 **Printing**

2703	Telecine Transfer One light Grade	20	7 500	150 000	150 000
------	---	----	-------	---------	---------

2704	Transfer to Beta & VHS	20	2 500	50 000	50 000
------	-----------------------------------	----	-------	--------	--------

2705	Tapes				
	Digital Beta	20	2 000	40 000	
	Beta SP	20	1 200	24 000	
	VHS	50	75	3 750	67 750

2706	Negative registrations + plastic cover	1	50 000	50 000	50 000
------	---	---	--------	--------	--------

2707	Post Production / negative clear cut negativ zero copy one light grading of negative transfer to optical sound with material lab negative sound first print optical print (picture/sound) IMP				2 000 000
------	--	--	--	--	-----------

2700 Sub-total 3 080 250

2800	ANIMATION & COMPUTER EFFECT	Week/Day	Rate/W/D	Subtotal	Total
------	-----------------------------	----------	----------	----------	-------

2801	Effects, titles, credits (incl. video-film transfer)	1	500 000	500 000	500 000
------	---	---	---------	---------	---------

2800	Sub-total				500 000
------	-----------	--	--	--	---------

2900	EDITING	Week/Day	Rate/W/D	Subtotal	Total
------	---------	----------	----------	----------	-------

2901	Editor	1	750 000	750 000	750 000
2902	Assistant Editor	50	3 000	150 000	150 000
2903	Avid rental w/ all equipment				
	Off line	50	5 000	250 000	
	On line	25	10 000	250 000	500 000
2904	Additional material	1	25 000	25 000	25 000
2905	Picture library search	1	25 000	25 000	25 000

2900	Sub-total				1 450 000
------	-----------	--	--	--	-----------

3000	MUSIC	Week/Day	Rate/W/D	Subtotal	Total
------	-------	----------	----------	----------	-------

3001	Music composer	1	500 000	500 000	500 000
3002	Music - symphonic orchestra				
	Music studio rent				
	Conductor				
	Musicians				
	Sound director				
	Material				500 000
3003	Payment of rights	1	250 000	250 000	250 000

3000	Sub-total				1 250 000
------	-----------	--	--	--	-----------

3100	CATERING / PER-DIEM / ACCOMMODATION	Persons	Rate/W/D	Subtotal	Total
------	-------------------------------------	---------	----------	----------	-------

3101	Per diem				
3102	Meals				
	cast & crew	100	350	1 750 000	
	extras	2000	200	400 000	2 150 000
3103	Accommodation				
	Cast	30	2 500	375 000	375 000
	Crew	150	2 500	1 875 000	1 875 000

3100	Sub-total				4 400 000
------	-----------	--	--	--	-----------

3200	MISCELLANEOUS	Week/Day	Rate/W/D	Subtotal	Total
3201	Insurance	1	1 000 000	1 000 000	1 000 000
3202	Bank tax, lawyers etc.	1	150 000	150 000	150 000
3200	Sub-total				1 150 000

4000	DISTRIBUTION COSTS - CZ	Pc./limit	Rate/W/D	Subtotal	Total
4001	Distribution prints	20	25 000	500 000	500 000
4002	Multiple copy - video	1	50 000	50 000	
	transfer for videomaster	1	500 000	500 000	550 000
	distribution VHS/DVD production				
4003	TV master copy	1	50 000	50 000	50 000
4004	Subtitles				
	Making the subtitles, translation	1	30 000	30 000	
	Transfer to print credits	1	25 000	25 000	55 000
4005	PR material				
	graphic designer / design	1	200 000	200 000	
	PR manager	1	250 000	250 000	
	printing (printhouse)	1	500 000	500 000	
	posters and billboards	1	500 000	500 000	
	photo slides	1	100 000	100 000	
	PR material for abroad	1	250 000	250 000	1 800 000
4006	Commercial advertisement				
	prints	1	1 000 000	1 000 000	
	radio	1	200 000	200 000	
	TV	1	750 000	750 000	1 950 000
4007	Film premiere	1	150 000	150 000	150 000
4008	Film Festivals visits	1	500 000	500 000	500 000
4009	Merchandising	1	500 000	500 000	500 000
4000	Sub-total				6 055 000