

出國報告（出國類別：考察）

上海地區影視音基地考察報告

服務機關：文化部

姓名職稱：沈專門委員長在

陳科長宜靜

吳聘用編審明昌

派赴國家：中國大陸

出國期間：105年12月22日至105年12月26日

報告日期：106年2月22日

摘要

振興影視產業是政府重要的施政目標，而發展國際級影視製作中心有助於培養國內人才、累積專業經驗，營造影視產業的有利環境，是影視產業政策的重要環節。近年來大陸影視產業蓬勃發展，已然成為國際重要的影視市場，兩岸影視交流向來密切，大陸市場對我國整體影視產業發展已產生相當程度之影響；而大陸各地影視基地各具特色，已逐漸發展成為集影視旅遊、休閒、觀光為一體之綜合性主題公園，對於起步較晚的台灣，應可藉由中國大陸業者的運作經驗，找到台灣的最佳經營模式

本司職司我國電視、電影及流行音樂產業發展業務，而上海地區為中國大陸影視產業快速發展的區域，電視、電影及流行音樂設施均較其他地區發達，影視音在此有極為旺盛的活動力，爰派員實地瞭解上海地區影視音近來的發展現況，進而思考我國影視音產業的發展策略，以迎接全球化時代的挑戰。

壹、參訪目的

隨著國際競爭及影視製作趨勢，發展從前置規劃及製作支援、攝影棚或場景提供、搭景服務、燈光及器材設備、到後期製作的一站式產製服務，已經成為吸引國際製作的基本條件，台灣擁有豐富的自然地景和自由多元的社會，在吸引國際影視製作上有很大的潛力。近年來，國際大導演如盧貝松的《露西》、馬丁史柯西斯的《沉默》，都選擇在台灣取景，可見台灣確實具備良好的基本條件。目前，國內北、中、南、東各區域，均有民營或地方政府提案規劃中的影視園區或片廠設施，未來的發展關鍵將在供給面與需求面的充分整合，讓包含製片廠、後製中心、影城等各種不同類型的基地都能扮演角色，充分發揮效能。

近年來中國大陸在影視製作的質量上均有亮眼的表現，進而帶動影視周邊設備的蓬勃發展，影視基地更如雨後春筍般在各地紛紛出現，提供各種不同形式的影城拍攝服務，市場競爭相當激烈。為能使台灣影視園區之未來規劃更能符合專業，尋求最一個有效的經營模式及整合機制，本次參訪上海地區的車墩影視基地、勝強影視基地，以及蘇州的同里影視基地，觀察不同影視基地的營運現況，並瞭解其經營模式，俾作為日後影視園區規劃之參考。

此外，上海身為中國最大商業城市，商業活動發達，電影、電視等相關影視產業的設施及機構聚集，2013 年成立的上海市廣播影視製作業行業協會即擁有超過 800 個會員，影視活動極為熱絡。爰此，本次同時參訪克頓傳媒、上海音樂谷及上海電影博物館，瞭解目前中國大陸影視產業的發展現狀，並蒐集影視相關資訊，以提供影視政策的參考。

基上，本部由影視及流行音樂發展司沈專門委員長在率陳科長宜靜、吳聘用編審明昌，於 105 年 12 月 22 日至 26 日赴上海參訪克頓傳媒、車墩影視基地、同里影視基地、上海音樂谷、上海電影博物館及勝強影視基地，參訪目的包括：

- 一、參訪上海地區影視基地，實地瞭解其營運模式及經營現況。
- 二、參訪上海電影博物館及上海音樂谷，考察上海電影及音樂相關設施之運作情形。
- 三、拜會中國大陸電視產業，瞭解影視產業發展趨勢。

貳、參訪行程

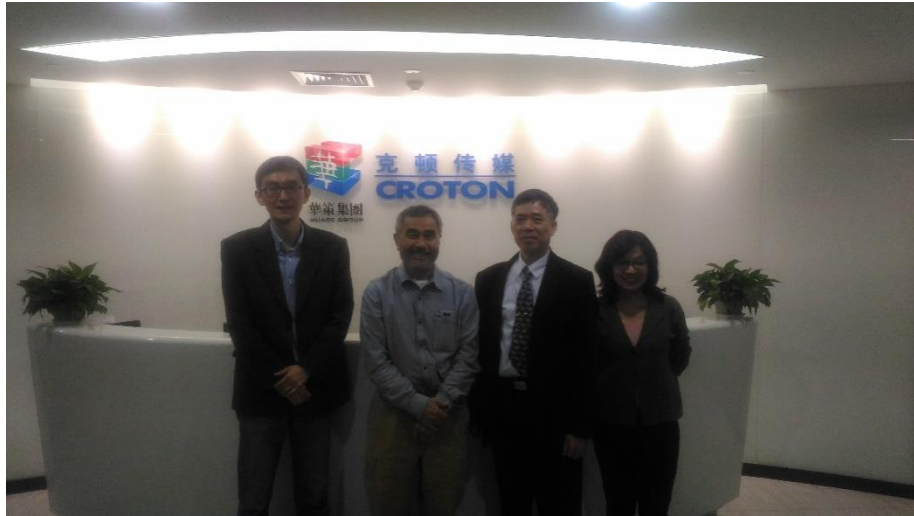
日期	行程紀要
12 月 22 日	搭機前往上海
12 月 23 日	參訪克頓傳媒、車墩影視基地
12 月 24 日	參訪蘇州同里影視基地
12 月 25 日	參訪上海音樂谷、上海電影博物館
12 月 26 日	參訪勝強影視基地，搭機返回台北

一、參訪克頓傳媒，拜會李光輝總經理

克頓傳媒成立於 2003 年，是中國大陸從事戲劇研究、策劃、製作及發行的大型公司之一，旗下擁有上海酷劇文化傳播、上海克頓影視等 8 家子公司，並建立超過百人規模的研發專業團隊，長期深入研究海內外影視數據，發展電視評估優化體系，使戲劇創作成為可以預知、控制及複製，並進行有效率的檢驗，以保障決策的高品質和管控的高效率；2013 年成為華策影視集團的一員。該公司對於戲劇產製有一套完整的組織，成立研發中心在戲劇還沒成形前就其優勢資源提前關注，其下設有淘金組，針對已有分集大綱、有好故事但沒有資金的作品進行評估；劇寶組則以已有連續 5 集劇本的作品作為研究對象；另有直觀組及阿波羅組，則是對於已經拍好但還被開發的戲劇，透過不同年齡的觀眾來評定其投資價值。透過這些層層把關，確實掌握戲劇市場的脈動並發掘好作品。

此次參訪蒙李光輝總經理撥冗接待。李光輝先生是台灣的資深媒體人，歷任台視業務部副理、節目部經理、TVBS 副總經理、民視開台總經理、STAR TV（星空傳媒）台灣分公司總經理等職務，並曾擔任阿貴網站的顧問，歷練過廣告、行銷、節目、管理等職務，橫跨無線與有線、本土與國際、傳統媒體與新媒體，2003 年赴上海出任克頓顧問公司董事，帶領克頓成為當地最大的媒體顧問公司，現任克頓傳媒總經理，為目前台灣人在中國大陸影視圈擔任職務最高者。近年除了在中國大陸發展外，2011 年並擔任行政院新聞局高畫質電視節目補助案徵選的評審委員，對於兩岸影視發展有著最近距離

的觀察。



對於台灣這幾年電視劇發展所面臨的瓶頸，李總經理認為，台灣不缺創意，缺的是平台。政府所舉辦的電視劇本獎，很多得獎的作品都沒能拍出來，最主要的問題是沒有人出第一筆錢將它拍出來讓投資者看到；美國的作法是製作公司拿到創意後，先拍一集試水溫，如果覺得可以再繼續往下發展。文化部可考慮美國的作法，對於好的劇本全額補助先拍一集，然後在公廣集團的公視或華視播出，到市場試水溫，如果成績不錯，就會有業者願意買下版權繼續拍，讓優秀的劇本得到實現，達到點火的效果。

李總經理舉了他所接觸到的 2 個例子，其一，克頓團隊當初看上公視學生劇展《神算》，對此 30 分鐘的短片很感興趣，也很欣賞導演的才華，原想合作拍成電影或長片，接洽結果才知此一故事已被 HBO 相中，將拍成 6 集的原創影集（按：即《通靈少女》，為公共電視、HBO Asia 與新加坡 InFocus Asia 三方國際合作的迷你劇集，同時也是 HBO 首部中文發音的影集，預計於 2017 年初在公共電視和亞洲 23 個地區的 HBO 頻道首播）；當初若只是單純的一個劇本，HBO 可能就不會看上了。其二，去年公視人生劇展《再見女兒》的故事被大陸導演陸川看上，原想買下故事重拍，但因導演得了上海國際電影節亞洲新人獎曝光而作罷，而後由克頓團隊贊助他們參加華盛頓華語電影節，又得到最佳劇情長片，目前導演留在北京由克頓團隊協助發展。這

些都是先透過公視人生劇展拍攝的影像呈現出來，才會有資本家後續願意投入拍攝長片。

台灣市場小，資金不是那麼充裕，但年輕人很有創意，創意不一定要花很多錢。台灣是一個民主開放的環境，很早就開始接觸國際資訊，而且有很難得的多元文化融合，從早期的西班牙、荷蘭、日本統治到美軍協防，從原住民、閩南、客家到外省移入，一直到近年的新住民及外籍勞工；多元文化融合的地方，最容易產生好的創意，如何讓這些養分產生好的故事，進而寫成好的劇本，把它拍成好的短片，然後再拿到市場接受測試後變成市場化，是政府可以思考的方向。這就像是一個實驗室，先產生模型後，再授權外面生產；文化部可與各大專院校先進行官學合作，然後再引進產業，逐漸形成市場。李總經理強調，創意的枯竭是全球性的，全世界都在尋找好的故事，即使是好萊塢，也在不斷的重拍經典影集，如《檀島警騎》；公視如能利用有限資源多提供前述的實驗場域，每年有 3 至 5 部的劇集獲得青睞，就算是相當成功的結果了。政府對於影視文化政策無需包山包海，而應利用自己的優勢，做經費上可承擔且具前景的事，培養創意人才即是可行的作法。

去年通傳會修正廣電法令中對於本國自製比率的要求，各電視台無不絞盡腦汁製作本國節目以符合規定，但如果節目還是粗製濫造，反而變成資源的浪費，前述作法是一個配套措施，提供好的創意和樣片給電視台，讓好的戲劇有曝光的機會，形成一種正面循環。

目前兩岸的戲劇只能在個別的點上進行合作，例如聘請台灣的導演到大陸拍戲，但也引起掏空台灣資源的非議。對於台灣同業提到近年來大陸地區影視節目與台灣間的交流與合作有越來越少的趨勢，李總經理不諱言表示，早期大陸業者投入電視劇拍攝確需台灣的技術支援，但目前大陸地區影視製作技術已日趨成熟，兩岸差距已經越來越大，目前大陸電視劇的製作成本動輒每集 500 萬人民幣，以現階段台灣對於電視劇的投資，雙方合製有其難度。李總經理鼓勵中華電信投入內容的產製，畢竟中華電信是目前資金最充沛的公家單位，不管影視發展從傳統電視到網際網路，從 internet first 到

internet only，再從 mobile first 到 mobile only，一路發展下來，「內容為王」是不敗的真理，內容提供者永遠不會被市場淘汰。

對於台灣打算發展影視基地，李總經理認為基本上大陸戲劇不太可能到台灣拍攝，因為中國大陸已經有太多的影視基地，且大陸人要進入台灣的程序過於繁瑣。事實上能否吸引劇組到台灣拍戲，不是影視基地的問題，而是台灣是否有完整的產業鏈可以配合，李安曾表示到台灣拍戲好像被剝了三層皮，主要是相對於好萊塢，台灣沒有完整的產業鏈可以提供支援；台灣的資源有限，政府預算編列有時過於講求規模，影視基地不是不能做，但建議不要花太多錢。

二、參訪影視基地

（一）參訪車墩影視基地

車墩影視基地由上海電影集團於 1998 年投資興建，位於上海松江區，占地 43 萬平方公尺，為中國十大影視基地之一。車墩在興建時，即以影視拍攝、旅遊觀光、文化傳播集為一體為目標，其最大特色就是以老上海景觀為單一主題的影城，包括「三〇年代南京路」、「石庫門里弄」、「馬勒別墅」、「宋子文故居」、「浙江路橋」等上海著名景點，都可以在這裡找到它的蹤跡，對於劇組而言，如果要拍攝以老上海為背景的電視劇或電影，車墩影視基地會是其優先考量的地點；大家所熟悉的《色戒》、《功夫》、《新上海灘》等講述上海故事的影片，都曾在此拍攝。





根據接待的園區經理表示，目前車墩影視基地採取多角化經營，其主要營運項目除了景點場地租賃及觀光旅遊外，還包括婚紗攝影及影視布景製作，4項業務在收入上平分秋色，如此複合式的組合也讓車墩的經營風險相對降低。在參訪過程中即有劇組正在特定區域內進行拍攝，工作人員忙進忙出，而在不遠的地方遊客正坐著有軌電車緩緩前進，好奇的四處張望，這樣的場景總是不斷的在此地上演。

（二）參訪同里影視基地

同里影視基地位於蘇州市吳江區的同里鎮，同樣列名於中國十大影視基地之中。古鎮保留了许多完整的明清時代園林建築，包括名列聯合國世界文化遺產的退思園（蘇州庭園之一部），因鎮內水鄉景致、名人園林風光及文物古蹟遍布，自1983年大陸導演謝鐵驪在同里鎮拍攝電影《包氏父子》開始，就吸引了大批影視劇組到此拍攝，1990年中視連續劇《戲說乾隆》是第一個來到此地的海外劇組，1992年台視的《半生緣一世情》也看上這個地方，2000年發展達到最高峰，有多達13部的海內外影視劇在這裡拍攝。



同里影視基地基本上是一座現存的小鎮，因其得天獨厚的自然條件而順勢發展成為影視劇組拍攝的基地，與其他影視基地刻意建造的模式完全不同。正因為如此，日常生活與商業活動隨時隨地存在於小鎮的周遭，對於拍攝時講求不受干擾的劇組而言，反而造成極大的不便；再加上考量保護世界文化遺產退思園，古鎮逐步減少劇組拍攝，而朝向觀光旅遊發展，自 2001 年起到此拍攝的劇組已日漸減少。目前基地以觀光旅遊為大宗，門票 100 元人民幣，門票收入約占總收入 7 成以上，到訪的當日遊人如織，人聲鼎沸，招牌林立，整個園區僅剩退思園及珍珠塔尚存寧靜一隅，縱其水鄉景致依舊，但已非劇組拍攝的理想地點，事實上 2016 年到此取景的劇組已不到 3 部。

（三）參訪勝強影視基地

勝強影視基地位於上海松江區，成立於 1999 年，為台商所投資的影城。現任總經理馬靜如是台灣的資深電視人，原於華視服務，後離開台灣來到勝強服務已經 15 年；最高峰時曾有超過 10 位的工作人員來自台灣，後來陸續離開，目前僅約 2 到 3 位。

馬總經理表示，勝強所在的地方原來是農地，後來慢慢搭建起來形成現在的規模，相較於其他的大型影視基地，佔地 30 甲的勝強是屬於小而美的影城，而勝強也充分運用「小」的特色，因為小，劇組拍攝場景不必來回奔波；因為小，所以在場景設計上作更有效的利用，讓一個景四個角度各有不同的風格，節省不少搭景成本。



大陸的影視基地基本上多以旅遊為主，然而影城與觀光的結合，對劇組而言常常造成困擾。發行部潘雷經理舉橫店影視城為例，橫店的觀光旅遊收入占了其總收入的 7 至 8 成，劇組到橫店拍攝只需繳納零星的服務費，但因為影城過於商業化，劇組到此拍攝可能影響現有商家的經營，此時就需要進行很多的協調，對於劇組而言，是很辛苦的事情。大陸真正靠影視基地本業獨撐的只有勝強一家，而且單純靠場租收入就能到損益平衡，是國內少數有盈餘的影視基地；勝強很清楚如果要做旅遊，現有的場地是不夠的，所以專注在影城業務，其成功的關鍵就在於定位清楚，服務到位，再加上拍攝完全不受干擾的獨門特色，所以來勝強拍攝的劇組有很多回頭客，同時也靠口耳相傳的好口碑拉攏許多新客戶。

當然，勝強的成功還有其他的因素。馬總經理表示，勝強有其完善的協拍機制，針對每個劇組都有一個協拍小組協調所有拍攝事務，外國劇組來此拍攝，也可透過協助取得所需的各項證明。而對街自營的酒店有近 200 個房間，一直維持著不錯的使用率，平日提供給劇組下榻使用，這對重視隱私的明星而言是很受用的設計，到了上戲時間跨過馬路即可，少了等待時間的浪費，也間接不會受到太多外在的干擾，讓許多明星更喜歡在此拍戲；勝強另外也有限度的開放給一般遊客訂房，房客可經過申請參觀基地，這對於平常不對外開放的基地而言，有其特殊的吸引力。此外，勝強原有考慮培養自己的幕後工作人員，但因幕後工作人員需要與劇組有相當的默契，然而各個劇組多有其長期合作的對象，此一計畫後來取消，但其在上海市區仍有自己的後製公司，可提供一條龍的服務。

面對大陸影視基地的激烈競爭，潘經理表示大陸影視基地雖多，但大陸一年產製 14,000 集電視劇、1,500 部上院線的電影，此還不包括視頻網所製作的影片，故仍有相當的市場。勝強影視基地在去年一年有超過 100 個大大小小的劇組來此拍攝，最多有 10 幾個劇組同時在基地內拍攝，此時端賴協調部門的安排，才能讓各個拍攝工作順利進行。來到基地拍攝的廠商，包括電視劇、廣告公司都有，麥當勞、必勝客、康師傅都曾在此拍攝廣告，樂視網則已連續好幾年在此拍攝賀歲廣告，代表著勝強的服務管

理已獲得肯定。然而這幾年專程來此拍攝的台灣劇組很少，倒是大陸劇組中的台灣工作人員不少，也間接印證台灣影視專業人才外流的嚴重性。



馬總經理及潘經理都強調，吸引劇組到影視基地拍攝的最主要因素，還是要看場景是否適合，其次才是服務、管理及隱密性等。對於台灣發展影視基地，是否可能吸引大陸劇組一節，潘經理表示，大陸劇古裝題材多，需要大量仿古建築，而且大陸本身有大山大水的景色，大陸劇組要到台灣拍攝的機會並不多，除非是拍攝以台灣為主的題材，需要台灣的場景或特定風貌時，較有可能。他也認為，以台灣現有的拍攝能量，可能養不起一個影視基地，如果能結合觀光旅遊，或許是比較可行的方向。

三、參訪上海音樂谷

上海音樂谷位於虹口區，是一個以音樂為特色，並形成相關產業鏈的文化創意主題街區，於 2010 年 7 月正式掛牌，為中國大陸第一個獲得批准設立的國家級音樂產業集聚區，由上海新匯文化娛樂集團有限公司負責園區的營運。這裡包含 8 個專區，分別為國家音樂產業基地、1933 老場坊、SNH48 星夢劇院、半島灣時尚文化創意產業園、老洋行 1913、1930 鑫鑫創意園、三角地藝術園及音樂谷遊客中心，它們分別擁有自己的功能特色，其中國家音樂產業基地算是上海音樂谷的起點，由此逐漸形成整個區域的樣貌。這裡聚集了上海新匯文化娛樂集團、上海聲像出版社有限公司、上海音像有限公司、上海高瞻音樂劇劇團、上海市音像出版製作行業協會等一批業界龍頭、特色企業及行業協會，形成了包括內容原創、演藝經紀、錄音製作、音像出版、批發零售、版權交易等較為完整的音樂產業鏈。1933 老場坊則融入國際

美食購物、戲劇音樂演出、主題狂歡派對、公益跳蚤市集等新元素，每年有約 200 場話劇在這裡的劇院上演，並不定期舉辦戲劇講座、表演普及工作坊等戲劇領域的教育和交流活動，場內還入駐中國大陸最大互聯網漫畫創作、連載、發行網路平臺的上海有妖氣文化發展有限公司，致力於音樂和影視製作、音樂節承接等業務的東方 21 文化集團，以及專注於網路劇、電影及電視劇等娛樂文化內容製作與發行的禦衡（上海）影視文化有限公司。



在這個極具歷史風貌的地區，最具特色的地方當屬 SNH48 星夢劇院。此地由 30 年代原上海嘉興影劇院改建而成，為 SNH48 與粉絲固定見面的地點，亦為中國大陸第一個為偶像團體量身打造的專屬劇院。SNH48 顧名思義，與日本著名女子團體 AKB48 有密切的合作關係，於 2012 年 10 月成立，由 AKB48 的運營團隊提供培訓諮詢，以及包括舞蹈、服裝、造型、商業運作等專業技術指導，透過相同的造星理念，打造中國本土大型女子偶像團體，目標是充分運用互聯網和社交網路，培育兼具音樂舞蹈和影視表演才藝的全方位偶像藝人，去年起並已陸續成立 BEJ48（北京）、GNZ48（廣州）及 SHY48（瀋陽）等姐妹團。



SNH48 是全球華語區規模最大的偶像團體，其基本定位是透過社群網站的離線商務模式，即藉由線上購買帶動線下消費，最大的關鍵就是可以和偶像面對面進行互動的 SNH48 星夢劇院。在這裡，SNH48 所屬的年輕藝人定期進行劇場公演，透過長期的駐場演出提升演藝技能及成員間的默契，並從持續性的演出接觸到眾多的觀眾並發展出自己的粉絲；劇院則以低廉的親民票價和粉絲握手會等豐富多彩的互動活動，365 天不間斷地服務觀眾，藉以吸引來自全國各地乃至海外的粉絲，逐步構建大量的粉絲群體，以實現 SNH48 成為國民偶像的目標。事實上 SNH48 星夢劇院可算是達成初步的目標，以參訪當日為例，下午 2 時的公演，中午 12 時許即已聚集許多年輕男子在劇院內的粉絲咖啡店聊天，或在商店購買紀念商品，儼然成為熱愛流行音樂的年輕人的一個新聚集地。

四、參訪上海電影博物館

上海電影博物館係由上海電影集團公司投資興建，於 2013 年 6 月開館，座落在徐匯區的上海電影製片廠原址，毗鄰上海電影集團總部。不同於其他任何形式的博物館，上海電影博物館標榜其互動和對話的體驗環境，所以在 4 個樓層中，有超過 70 多個互動裝置以及 3000 多件歷史文物展品，記錄中國電影的前世今生及 100 多年來上海電影業的發展與變遷。一般而言，遊客都是從 4 樓開始由上而下逐樓參觀，透過每天 2 場的導覽，參觀者可以慢慢勾勒出百年上海電影的圖像。

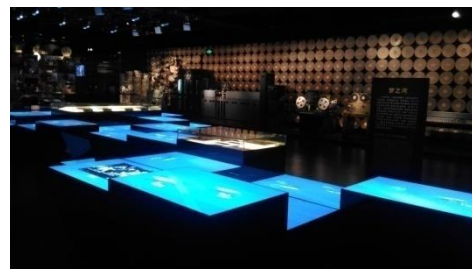
4 樓展區「光影記憶」，主題為電影人、電影場景和電影放映，應該是遊客最感興趣的樓層。「星光大道」顧名思義，仿照頒獎典禮最吸睛的星光大道裝設「燈光紅毯」，紅毯兩側設置人物剪影光效，利用多媒體互動裝置，當行走在「燈光地毯」上時，透過感應的閃光與音效裝置，瞬間出現周圍粉絲的歡呼聲以及攝影師此起彼落的快門聲，讓參觀者瞬間變為眾人簇擁的大明星，每位參觀者行經此處，均駐足體驗紅毯巨星的榮耀；「星耀蒼穹」則陳列對中國電視及上海電影有著卓越貢獻的電影工作者肖像板，包括阮玲玉、張藝謀、成龍、章子怡等等，參觀者透過互動裝置，瞭解到這些電影工作者的個人簡介、主演過的電影等生平事蹟，更能深入認識其所喜愛的明星；

「大師風采」展示電影大師和傑出電影工作者的雕像、相關文物及工作場景，例如大導演謝晉就以其導演形象的原形肖像作為主角，同時陳列其電影《芙蓉鎮》劇本從討論到完成的整個流程，以及男主角姜文及女主角劉曉慶的劇照；金嗓子周璇則以現場模擬黑膠唱片及鋼琴，不斷播放她的名曲「天涯歌女」及「夜來香」，藉此來顯示每個電影工作者的個人特質。「水銀燈下的南京路」則模擬上海經典的電影拍攝場景，一旁則有互動螢幕，上面繪製著許多上海有名的街景，只要點到電影場景，就會出現問題作答，考驗你對於電影的瞭解程度；「百年發行放映」則收集了 1949 年以後上海電影製片廠所發行電影的手繪海報和周邊報刊雜誌，部分海報甚至已達 40 萬人民幣的價值，極具收藏價值。在這個樓層裡偶爾會舉辦特展，本次看到的是一些旗袍和珠寶展示，部分也曾在電影中出現。



3 樓展區「影史長河」，從不同角度為參觀者介紹百年上海電影的發展線索。「影海溯源」是以固定時段播放影片的方式，說明 19 世紀末電影傳入中國的過程；「夢幻工廠」則介紹了當時上海十大製片公司的成員、事蹟，還有四處蒐集而來的珍貴文物，為參觀者呈現上海電影在 30 到 40 年代的

繁榮景象，一旁則有一個小型屏幕，持續播放各電影公司出品的老電影，當天現場播放的是 1949 年的「三毛流浪記」，吸引不少人駐足欣賞；「光影長河」則展示著各個時代各類不同的電影拍攝器材，其中還包括張藝謀導演於 1987 年拍攝「紅高粱」所使用的攝影機，同時參觀者可透過大量的互動裝置，尋找各個年代的影片介紹；另有「大開眼界」、「譯製經典」及「動畫長廊」等主題，介紹上海電影的各項成就。



2 樓展區「電影工廠」，參觀者可在此觀摩影視作品的生產創作流程，更加對電影有個清晰的印象。「後期製作工作室」可以體驗風聲、雨聲、雷電聲等等音效的配音樂趣；「化妝服裝工作室」則展示了不同時空背景的服裝，以及各種特殊造型化妝，顯現其專業技術的一面；特別的是此樓層還設有「動畫電影工作室」，參觀者透過透明玻璃，可以直接看見裡面動畫師的工作狀態。在這裡，提供了許多電影原理解答，參觀者可以親身體驗電影的創作過程，感受電影夢幻工廠的影像魅力。

1 樓展區「榮譽殿堂」，主要展示百年來上海電影對中國社會發展的貢獻，有一大片牆面展示著其在國際及國內各大影展所獲得的獎座，另一個牆面則寫著各個年代電影大事紀，大樓的角落則重現電影「烏鴉與麻雀」的拍攝場景，現場以 800 至 1000 件的道具重置，透過聲音與燈光的配合，呈現當時的片場拍攝情形。旁邊的藝術影廳定期放映不同的電影，可以另外購票觀賞。

參、參訪心得

一、由於勝強是台灣人所設立，歷來總經理多由台灣人擔任，其所呈現的管理及服務在業界是有口碑的，顯見台灣式服務仍有其優勢。影視基地的經營需要

相當專業的團隊，包括如何搭建場景、場景保留與否的評估等等，日後台灣影視基地如何找到有經驗的經營團隊推動業務，會是重要的課題。

二、就一個博物館而言，上海電影博物館在硬體上無疑的具有極大的吸引力，漂亮的外觀，豐富的典藏，炫麗的互動科技，都在吸引遊客的目光；然而對於真正的影迷而言，其展示似又過於浮面，你無法從展覽中體驗到某部電影為何如此盛名，電影技術如何進化，如果展示更能貼切的呈現電影的歷史，應會在人們心中提升對於電影產業價值的感受。

三、上海音樂谷雖已入駐許多企業，從事音樂文化交流、音樂產業交易、藝術培訓等多面向音樂主題內涵，進一步擴大產業的聚集，不過從整體看來，上海音樂谷稱為文化創意園區可能更為貼切。1933 老場坊成為熱門活動場地及並致力於推動上海旅遊發展，1930 鑫鑫創意園則引進大批時尚品牌，與此園區所標榜的音樂主題相差甚遠。如何名符其實，這通常是主題園區最容易面臨的質疑，也是政府與業者需要思考的問題。

四、本部電視劇本創作獎已舉辦 7 年，歷年得獎及佳作作品已達 80 件，真正拍成電視劇的，迄今只有《沒有名字的甜點店》、《我的 15 分鐘》、《幸福不二家》、《麻醉風暴》、《唯一繼承者》、《征子》、《1989 一念間》及《前男友是鬼》（合作中）等 8 部，比例僅占 10 分之 1。這些經過專業評審委員所評選出來的優秀劇本，由於投資方對於其化作影像後之成效無法確定，在資金有限的前提下，評估勢必趨於保守；如何讓這些創意有實現的機會，增加曝光率，讓業界看到好的創意，應是政府未來可努力的目標。政府已逐漸體現「內容為王」的真理，近年來科技計畫已增加對於內容的挹注，或可鼓勵公共電視參與電視劇本獎的評審工作，試圖從中發掘可拍性的作品，並由政府每年補助公共電視的法定額度外預算，撥出部分經費進行實驗。

五、台灣在創意上仍有其優勢，李總經理親身經歷就有 2 個案例，其他未浮上檯面的個案可能更多。從台灣目前的客觀環境來看，談整個產業競爭是比較辛苦的，或許集中在資本較少的創意發想，就像中科院或工研院的專利研發，發展屬於自己的 IP，第一步先賣給本國的業者，接下來再逐漸以中國大陸、亞洲及全球為目標，輸出本國文化，是一個可以考慮的方向。

肆、建議事項

一、影視基地應強調獨特性

勝強在訪談中不斷強調，場景是否適合是選擇影視基地的最重要因素，車墩影視基地由於具有上海老弄堂的特色，因而成為上海故事場景的第一選擇；未來台灣在規畫影視基地時，應該要能更精細的找到最佳賣點；就硬體而言，台灣可能無法與大陸競爭，但如果能夠經營出特色，做出市場區隔，應能夠吸引國外的劇組青睞。至於是否結合觀光旅遊，以同里的例子來看，過度重視旅遊的結果，其影視基地的功能可能逐漸消失，反而不利影視發展，孰輕孰重應有所考量。

二、設立電影博物館是可行方向

台灣目前並無電影博物館，有關電影的點點滴滴多只用個別特展的方式呈現，無法凝聚共同的記憶。電影是一種時代的記憶，透過博物館形式將人們的共同記憶鮮活的保存下來，讓專業與非專業的參觀者共同分享知識，更能體現電影的魅力。台灣有數十年來所累積的豐富電影資源，藉由政府與民間的合作，以電影博物館的形式，把展示與互動、參觀與體驗融為一體，讓文物收藏、學術研究、社會教育、陳列展示精彩呈現，以吸引不同層次的遊客。