

大刀闊斧 談影視韜略 林錫輝

專訪台灣電視劇製作產業聯合總會會長



在林錫輝會長四處飛行的忙碌時程中，我總算偷到了一點空隙進行訪談。這天，我被迎進辦公室內，會長儘管忙著通話，卻也不忘熱心稍來一杯熱茶潤潤喉，我粗略觀察一下，這間辦公室隱隱透著一股英武之氣，之後我才從會長談吐中明白，一個人的氣概，單從辦公室就能看出來。 文／Leo

台灣影視界的瓶頸

「整個影視環境，從以前的廣電三法開始，政府把整個影視市場變小了。」台灣電視劇製作產業聯合總會會長林錫輝提到，當初電視台只有三家四家時，預算多，足夠每個人去分。但目前有線電視台合法化，結果廣電預算還是一樣，僧多粥少，造成日後電視台預算普遍不足的現象。

時至今日，數位匯流、新媒體興起，受眾有更多管道取得內容，導致廣告又再度被分散，給予傳統媒體很大的壓力。通路變多，製作費反而減少，「整體現狀可以用四個字來形容，」林錫輝語重心長，「危如累卵。」

然而，危機就是轉機，利用這個機會，可以開始檢視台灣還有什麼足以改善的空間，如今前有虎，後有狼，大陸劇、韓劇、日劇、泰劇環伺，台灣的優勢到底在哪裡？其實台灣優勢一直都有，只是有沒有看見，拿韓劇相比，華人世界人口多，適合孕育創意的環境更多，整體而言台灣就比韓國更有機會。

化危機為轉機

如何反守為攻？林錫輝認為，若環境變化對我們不利，製作方該檢討自己。「如果你在台灣都不受歡迎，就別寄望在海外也會受歡迎。」關於台灣電視劇如何拓展海外？林錫輝侃侃而談戰略規劃：「必須西進大陸，東渡日本，南巡東南亞，北伐高麗，進軍中原，最終才能一爭天下。」

首先，品質是一個主要問題。小情小愛在大陸已經不受歡迎，台灣片為什麼賣不進大陸？純粹是大陸管制外片的政策因素。當電視劇百家爭鳴，第一名韓劇，第二名歐美劇，名額早已被佔走，自然賣不進去。

西進大陸一定得走，既然如此，東渡日本更是勢在必行，日本就算被大陸追過，依然是世界第三大經濟體，實力不容小覷。尤其日本可以當作西進大陸的一個腹地，為什麼？因為日本的作品目前要直接進大陸是有困難的。原因很簡單，第一，仇日情結。第二，日本目前西化嚴重。亞洲的電視劇都是30、40集起跳，而日本多向歐美看齊，10集左右一個系列，「每次我要做廣告，你就下檔了，這就是為什麼日本拍的電視劇要在大陸火紅機會不大。」林錫輝分析道。

「雖然日劇大陸賣得不好，但與我們合作就有機會，這是日本的利基點，」林錫輝進一步分析，「對我們而言，這是進可攻退可守，就算大陸賣不進去，日本也可回收。這就是台灣的機會，只是看我們能不能把握。」

創造自己被利用的價值

目前華文世界三大主要市場，還是落在台灣、大陸、香港。有句話叫做：「大陸的娛樂新聞很八股，香港的很八卦，台灣的很八婆。」這番話凸顯了兩岸三地的不同。有人覺得台灣市場小，很難與大陸合作，然而林錫輝卻不這麼看，他認為大陸仍有很多中小型的企業，比如說，浙江省在大陸算小，總被其他大省打壓，然而這樣的省分對台灣而言卻已足夠大。

「既然全國性的看不起這些小省，就用我們的一流跟他們的二流來合作。」林錫輝闡述，這不是看輕自己，而是努力創造自己被利用的價值，伺機逆境殺出。過往同行總搞得跟仇人一樣，正所謂「文人相輕」，但電視劇業者非「文人」，而是「替文化服務的人」，無所謂相輕。既然如此，何不共同合作創雙贏？大家的東西不一樣，又何必互別瑜亮？

「兩個當紅節目事實上不會衝突，業者一定要團結，要把自己的優勢貢獻給大家知道，」林錫輝強調，「有這樣的概念，台灣的影視才能起飛。」



行銷與銷售的戰場

何謂行銷？何謂銷售？林錫輝這樣解釋：「行銷，形而上為之道，是戰略。銷售，形而下為之器，是戰術。」在實際操作上，林錫輝分了好幾步驟去說明。

第一步，首先立足台灣。如何讓台灣觀眾愛上台灣劇？這一步如果做不到，就難以行銷海外。一旦台灣銷售很高，海外觀眾好奇而觀看，正向循環就能建立。

第二步，集中市場。市場萎縮原因有很多，但最主要是國內頻道眾多，諸如有線、無線、網路等許多分類，然而分散經營只會把錢變小，唯有把錢集中針對所有平台一以貫之，變相拉高製作費，並製作出品質更高的戲劇。

第三步，發展各類劇種。隨著當今職人劇、趨勢劇逐步火紅，還要去思考，台灣現在的問題是什麼？亞洲面臨的問題是什麼？抓住社會脈動，才能拍進觀眾心裡，掌握趨勢流行亦是銷售的關鍵。

第四步，出征影展。當好的內容已具備，只欠採取戰術出征，想辦法在世界各地影展展現台灣劇最好的一面，讓世界認識台灣。

所有行銷和銷售都有一個共同前提，內容是王，一旦有好的內容後，直接出擊，通路就打開了。林錫輝也呼籲，此舉寄望政府能大力支持，方能加速台灣走進世界。

機會來臨時，你準備好了沒？

問到從事影視界這一行有什麼心法？「腳踏實地，滾石不升苔。」林錫輝簡單地說，沒有什麼太複雜的觀念，只要抱持無論做什麼都要做到極致的信念，成功指日可待。除非你是演員，那還要靠一些機運，若你是技術人員，日積月累絕對有開花結果的一天。

還有一點最重要的是，學海無涯，要不斷吸收新知識。就算跟著前輩學習也不能間斷，畢竟科技日新月異，有些新技術師傅也不一定熟識，所以時時惡補充電，這是讓自己跟上時代非常重要的心態。

「從事這一行，跟師父學習、吸收新知識都是必須的，但還有一個觀念最重要。」林錫輝結論道：「你必須明白，人一生當中總有無數機會，你該想的不是有沒有機會，而是機會來臨時，你有沒有能力抓住？」

「隨時讓自己準備好」，這是突破當前台灣影視界瓶頸的無數戰略中，最重要的出發點。 DIGIASIA