

篇名
韓流來襲—
一個成功的文化產業的分析

作者

高二甲。5號。朱依庭

高二乙。29號。彭彥嘉

高二乙。33號。廖修筠

指導老師：陳英偉

壹●前言

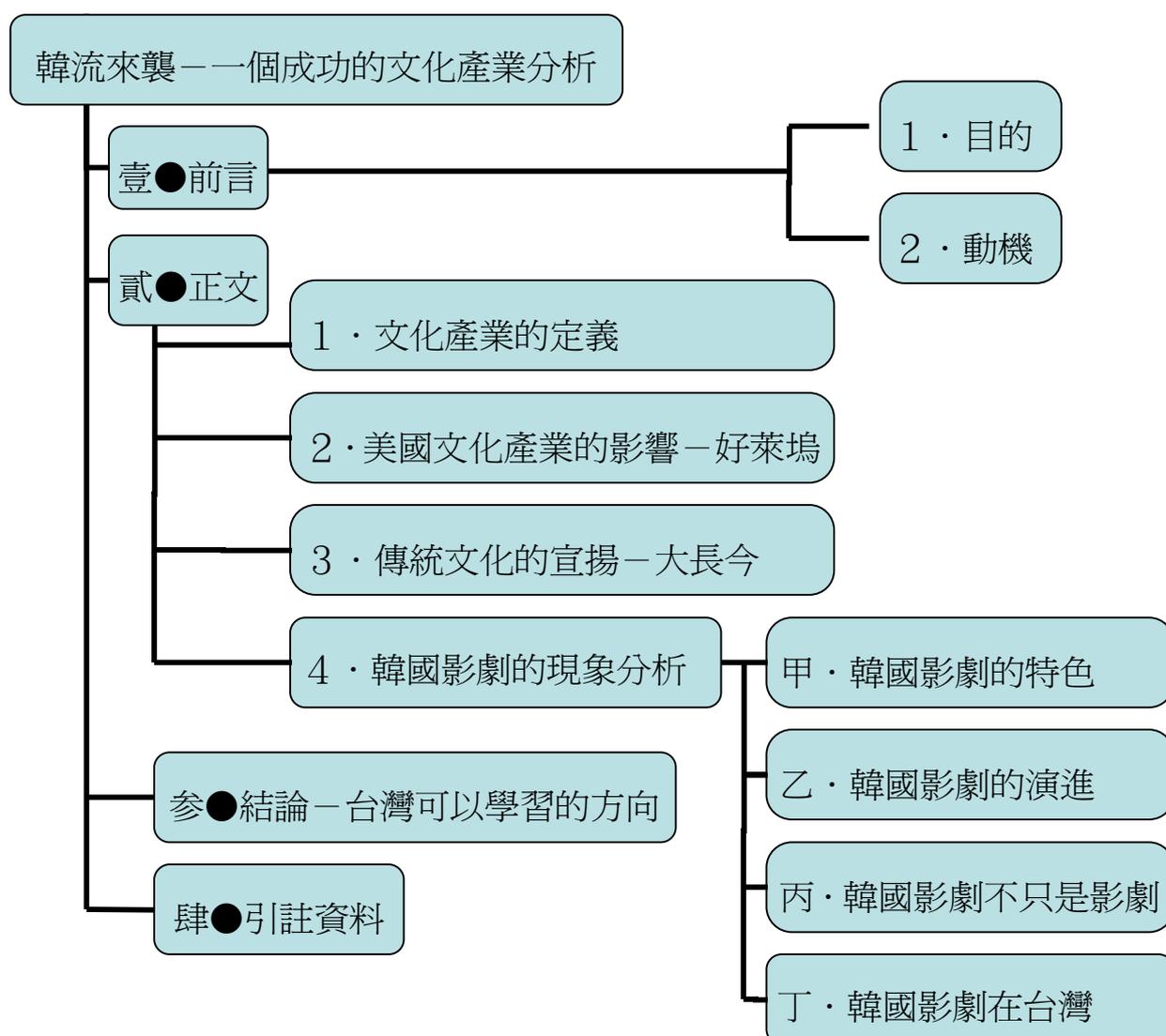
1·目的

以韓國的成功經驗為借鏡，找到台灣文化產業的新方向。

2·動機

韓國文化在積極開放下能見度日益提升，反觀台灣卻由亞洲娛樂中心墜為邊陲。是哪些力量使韓國在十年間迅速崛起？以文化產業為中心，進而了解韓國整體發展的脈絡。如果韓國能，我們為什麼不能？

3·架構



貳●正文

1 · 文化產業的定義

聯合國教科文組織對於文化產業的定義是：「結合創作、生產與商業的內容，且此內容的本質是無形資產與具有文化概念的，而這些內容通常由智慧財產權所保護，以產品或服務的形式來呈現。」(註1)而我們所定義的文化產業有以下幾個特色：

- 1) 以「創意」為主要之產品內容
- 2) 利用「文化」符號賦予產品價值
- 3) 由智慧財產權保護
- 4) 具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活提昇之行業。

而“經濟現象”是文化產業受矚目主因，也可視為隱微的國力，換言之，文化創意產業的能量已然是國家競爭力的指標。

2 · 美國文化產業的影響－好萊塢

好萊塢是成功文化產業的典型，好萊塢幾乎等於電影產業的代名詞。二十世紀初期，好萊塢因本身理想的生活環境、交通便利等因素，以產業的發行與映演的環節開始，開始投資拍電影，好萊塢成為電影產業發展的重鎮。

受到好萊塢文化產業的影響，南韓政府將電影視為國家戰略的一部分，電影代表一個國家，南韓學習美國好萊塢成功的經驗，但是又不模仿，透過電影向全世界輸出屬於南韓自己的「文化侵略」。

3 · 傳統文化的宣揚－大長今

大長今之所以在亞洲風行的原因除了緊湊的劇情外，其所揭示的儒家價值觀，在華人社會逐漸消失，觀眾落淚感動「是對劇中正面人物的由衷敬佩，同時也對身邊這種儒家美德消失的深沉哀悼。」充滿人性溫暖、永不放棄、堅忍不拔、樂觀的力量，是因世界已失去這種傳統優良價值，想要「重新找回本身最根本的自我」，就是大長今所帶

來的「新儒家價值的宣揚」。(註2)

此外，和以往歷史劇不同的是大長今以「賤民」出身的女性，不依附男人，堅強成長、克服萬難、實現自己的理想，成為傳統男尊女卑的韓國政治史上空前的女性三品官員，傳達男女平等的價值。

4 · 韓國影劇的現象分析

甲 · 韓國影劇的生態

電視台最多只能擁有電視劇本身 10%至 15%的利潤，其他必須用於製作，且廣告 40%以上收益必須投資電視劇，對於影片出口翻譯幾乎全額補助翻譯及製作費用，甚至在首爾西北的高陽市打造「韓流塢」(Hallyu Wood)，與好萊塢代表的西方文化展開競爭。1998年將文化經費提升至國家總預算 1%，2002年已達 1 兆 2000 億韓元(約 12 億美元)，比率達總預算的 1.09%，是法國外唯一文化產業預算超過 1%的國家。1999年成立「文化產業基金」，金額從 549 億韓元增至 2002 年的 2329 億韓元，三年內成長四倍。(註3)明確政策、良好制度及環境加上 90 年代留美回國的文化人，韓國影劇如此盛行，其政府功不可沒。

乙 · 韓國影劇的特色

韓劇劇情緊湊，以真實感、宣揚倫理親情，及積極正面的人生觀取勝。

1) 真實感

韓劇表現一般人的生活，現實性強，以生活瑣事為中心，易與觀眾產生共鳴。

2) 宣揚倫理親情

韓劇看似新潮，其中卻保守樸實，有深厚東方文化的根，浸潤著文以載道的人文傳統，將儒家的精髓融入現代生活，彰顯的文化精神圍繞儒家價值核心。

3) 積極正面的人生觀

韓劇裡透著一股向上的執著。「純真的深度感情」掀起韓流，使得韓國人「『夢想和希望』放在心上，挑戰世界最高品質，並相信『明天會更好』、『有參與就有改變』。」「劇中主人公總是滿懷信心地期待明天，讓許多年輕人看了韓劇後，覺得只要透過努力，就可以戰勝困難。」(註 4)

丙· 韓國影劇的演進

1992 年，金泳三當選總統，由軍人獨裁轉為民間政府，韓劇開始「百花齊放」。1998 年金大中總統全面改革，影劇開放由市場決定，於是，封閉軍人獨裁到文化產品市占率為世界 3.5%(2004)、“好萊塢肥皂劇式的陳腔濫調”到多元發展。吸收好萊塢和日本偶像劇的長處加上特有韓國意識，從「冬季戀歌」到「大長今」，盡可能將愛情、親情、友情推到極致，再也不是單純哭哭啼啼而已。據統計，十年內韓國文化娛樂業規模擴大 5 倍，為世界第五大文化產業強國。(註 5)

丁· 韓國影劇不只是影劇

韓國以文化產業帶起了另一項經濟奇蹟，2003 年韓國電視節目出口較前一年成長 46%，達 4300 萬美元，其中韓劇占 86%，約 3698 萬美元。2004 年上半年，韓國外銷了 110 部韓片到 39 個國家，從外銷合約賺取的金額超過 3250 萬美元。出口市場更是遠交近攻，以台灣、中國大陸、日本等亞洲國家為主，部分經典劇甚至到俄羅斯、埃及和阿拉伯半島。(註 6)

韓劇同時是韓國觀光產業前鋒。韓劇拍攝地點的選擇非常考究，除美化劇情，更結合影視與觀光旅遊的商業考量。2003 年到韓國旅遊的臺灣人達 18 萬人次，比 2002 年增加了 50%，創下了 10 年來的新高。其中又有許多是針對韓劇拍攝景點而設計的，「大長今」、「冬季戀歌」等為江原道、濟州島帶來觀光熱潮，

締造十億韓元以上的觀光收益，連冬季戀歌粉絲日本首相小泉純一郎都毫不諱言希望到江原道一遊的心願，可見其行銷有多成功（註7）。

統計數字顯示，光是與冬季戀歌相關的觀光點經濟收入高達 2400 億韓元（註8）。

戊· 韓國影劇在台灣

目前根據 AC 尼爾森收視率公司的紀錄，韓劇在台灣最高的收視率為〈浪漫滿屋 6.09〉、〈大長今 5.79〉、〈背叛愛情 3.98〉，遠高於台灣本土劇收視率最高的是民視意難忘（4.69）。

由上列收視率可看出韓劇在台的熱門程度，並使台灣影劇備受威脅，更使新聞局有於黃金時段禁韓劇的想法，但即被否決而告終。韓流也延續到美妝界，廠商爭相邀請知名韓星如崔智友、寶兒、全智賢、Rain 等來台代言，其中全智賢更以天價 9900 萬台幣代言知名韓國化妝品。韓劇大長今、浪漫滿屋等聞名街頭巷尾，連帶影響國人學韓文的興趣，各大學韓文系更成為許多年輕人的首選。

參●結論－台灣可以學習的方向

政府應提出積極且具體的政策，而不是消極的禁韓劇，以保護產業之名，行削弱競爭力之實，我們針對此，提出以下建議：

一、 政府應提供各方面協助

（1）提供實質協助

不只是以事後獎金等支持文化產業，應以開放國家資源等作為本土文化產業後盾，如在不破壞的前提下，開放故宮拍攝電影、電視劇，不僅可為故宮作最好的宣傳更可結合觀光，提高經濟效益。

(2) 建立制度

我國電視劇量多、質不精，在實力派演員與偶像劇演員間出現嚴重落差，政府應擬定一套有系統的人才培育制度，使得參與藝術活動的創作人，能有好的環境、學習全方位的藝能，為觀眾帶來更好的作品。

(3) 適當保護政策

我們應先擬定出好的保護政策，吸引創作人製作更好的作品，相信如此電視台便願意在黃金時段播出本土劇，可增加曝光率，吸引更多的觀眾。我們更應給予導演空間，讓民眾能了解各大影展得獎的作品，而不是只讓這些作品叫好不叫座，空有得獎的光環，卻沒有實質的經濟效益。

二、 文化產業的建議

(1) 提升鄉土劇素質

近年來我國各電視劇盛行，製作成本小，劇情冗長的鄉土劇，其中充斥著暴力、血腥、亂倫等灑狗血的情節，不如多數韓劇的製作成本高、劇情精煉並提供正面價值觀，如大長今中隱含的儒家觀念、浪漫滿屋中所傳達的樂觀進取精神，我國應結合本土文化及歷史，並將場景拉至台灣的名勝景點，經由內容讓觀眾了解台灣的美，進而認同台灣。

(2) 可行方法

我國電視台充斥，造成各家電視台瓜分市場，惡性競爭，推出粗製濫造、品質低劣的戲劇，我國政府應鼓勵各電視台集合資金、技術支援，如目前的三立電視台與台視共同製作的偶像劇，不但可以減少各方的成本，更集思廣益的做出更好的戲劇作品。

肆●引註資料

P 3

註 1：〈文化創意產業的認識與挑戰〉倪再沁
藝術家 2005/01/01

http://www.cca.gov.tw:9090/autocue/comment/culture_comment_template.jsp?comment_id=1109928934154

註 2：韓國官方旅遊網

〈韓劇簡介及外景地介紹－大長今〉

http://big5.chinese.tour2korea.com/02Culture/TVMiniseries/jangkum.asp?kosm=m2_5&konum=1

參考資料：〈文化創意的產業化思維〉吳思華

http://www.culture.gov.tw/culture/action/creative/04_1.doc

〈以價值感動現代人心〉

天下雜誌 2004.12 月 P · 232 ~ 237

P 4

註 3：〈韓劇席捲天下 韓流塲做後盾〉（上）、（下）
世界日報 周日專題

http://www.worldjournal.com/wj-la-news.php?nt_seq_id=1297045&page=5&sc_seq_id

P 5

註 4：〈以價值感動現代人心〉

天下雜誌 2004.12 月 P · 232 ~ 237

註 5：〈韓劇席捲天下 韓流塲做後盾〉（上）、（下）
世界日報 周日專題

http://www.worldjournal.com/wj-la-news.php?nt_seq_id=1297045&page=5&sc_seq_id

註 6：〈韓劇開賣啦 係金 A ！〉

自由新聞報 2004.3.5

P 6

註 7：〈景點也生財，觀光收益多〉

聯合報 2005.7.10 A 10 版（萬象）

註 8：〈韓流的經濟效益〉

亞洲週刊 2005.2.12 P · 30

參考資料：〈韓星賣臉，橫掃亞洲搶錢〉

聯合報 2006.2.24 D 1 版（影視名人）