



融合數位匯流 挑戰產業跨界

蘇麗媚 向世界爭取文化 發言權

打造多部收視與口碑雙贏的偶像劇，夢田文創執行長蘇麗媚在數位匯流的趨勢下，帶領團隊實驗跨產業的各種可能性，將戲劇延伸至網路、APP、文創商品，甚至還經營書店，創造出新的文創商業模式。

撰文／陳潔彌 圖片提供／夢田文創

今年雙十國慶日下著雨，松山文化創意園區裡一幢綠色木造老宅裡，坐滿了來自全各地的幸運漫畫迷，伴著大提琴家范宗沛的悠揚樂聲，迎來掀起療癒風的日本漫畫《深夜食堂》作者安倍夜郎，他的首次登台簽書會選定「閱樂書店」舉辦，這裡的前身為松菸育嬰室，因歷史

痕跡顯得遺世獨立，變身書店再好不過。讓它得以重生的幕後推手之一，正是夢田文創執行長蘇麗媚。

跳脫戲劇框架 打開國際市場

拍偶像劇的人會經營書店？這恐怕是不少人第一時間會冒出

來的問號，但若在網路上鍵入「蘇麗媚」這個關鍵字，可能更會嚇大家好幾跳，她在多家網路媒體上開設專欄，最常談的不是明星，而是數位匯流趨勢。她表示，「我們必須強化打造『自體生態圈』的意識，突破封閉性市場環境，調整自己跨業去包容、對話或合作；改變『我阻撓你改

變勝過於自己進步』的思維，最終回來認識自己、土地、文化，並在這個基礎上，說好故事。」

所謂的「自體生態圈」是指，從平台、內容、終端到應用等層面串聯完備，這也是蘇麗媚帶領夢田文創在做的事。因此，夢田在接連出品《醉後決定愛上你》、《粉愛粉愛你》等多部收視與口碑雙贏的偶像劇之後，從內容上進行創新突破，揚棄觀眾熟悉的戲劇公式，以台灣特殊的人文風景獨立書店為題，製作出清新文創劇《巷弄裡的那家書店》，版權賣到28個國家的視頻網站與電視台，寫下夢田自2011年成立以來的紀錄，在大陸劇、日韓劇攻占國際市場的現況下異軍突起，創造出驚人收益。

值得一提的是，夢田還與大陸視頻網站樂視網合作上映，截至今年11月底，《巷弄》累計點擊次數已逾800萬次。在全球掀起新媒體風潮後，靠著優質製作，為台灣電視產業打開一扇希望之窗。

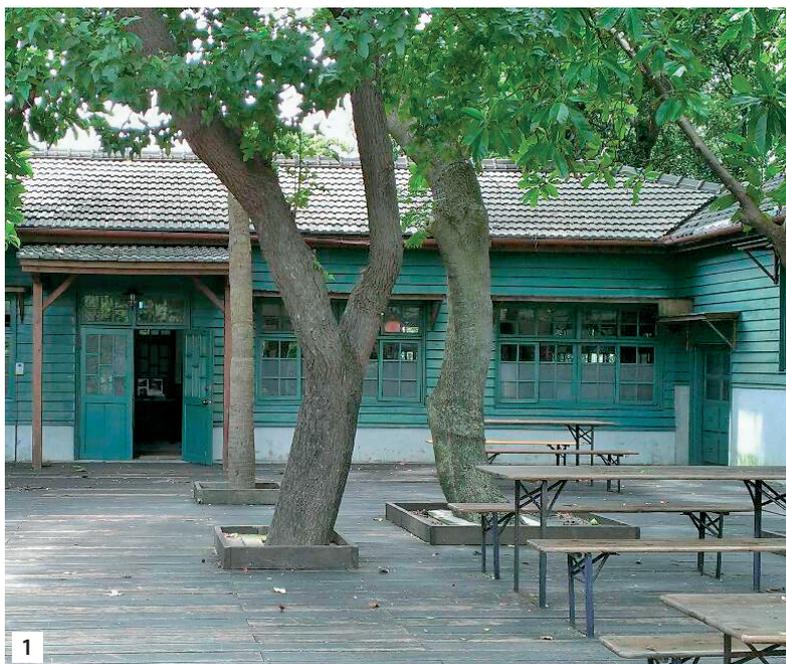
深入閱讀台灣 跨界經營書店

《巷弄》是文化部HD旗艦型連續劇計畫之一，夢田團隊扎實地進行田野調查一年多，結合台灣獨立書店元素，拍出一部貼近土地的電視劇。蘇麗媚邀請多位來自不同領域的專業人士共同參與製作，包括出版、設計、數位內容、獨立書店、音樂、插畫家等，甚至說服知名作家楊照擔任製作顧問，指導劇

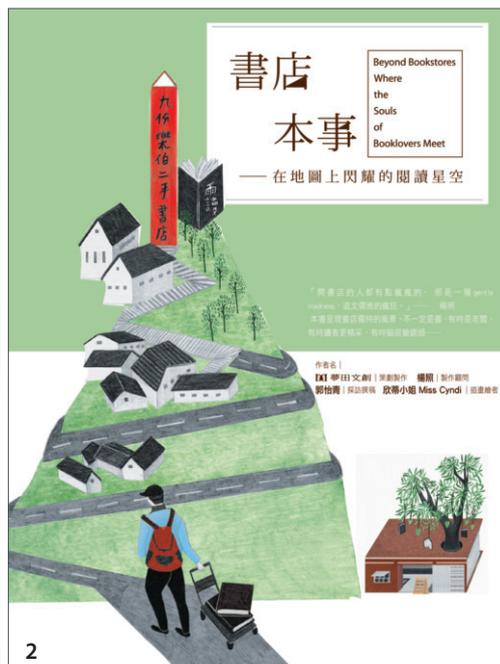
本創作，刻劃出底蘊深厚的劇情。

閱樂書店正是《巷弄》的拍攝場第，也在拍攝結束後實地營運，這是台灣唯一戲劇主場景拍攝後保留原貌，改裝為結合閱讀、音樂等策展場域的文創空間，也讓蘇麗媚更添一筆跨界創舉。但其實這與她長久以來深入「閱讀」台灣有關，她將獨立書店轉化為文化符號，把台灣巷弄間的人情溫暖寫入戲劇裡，又將戲劇裡的溫度延伸至生活中，以書店作為媒介，和觀眾進一步對話。

「在數位化的時代裡，價值的創造不在於內容本身，而在於應用與衍生服務。」蘇麗媚曾在平面媒體上闡述對台灣戲劇前景的看法，她直言不能再像過去只靠版權收



1. 閱樂書店原是偶像劇的場景之一，拍攝後仍持續營運，並改裝成結合閱讀與音樂展演的文創空間。
2. 夢田文創所出版的《書店本事》，介紹了全台43家特色書店。



入，必須「一源多用」，將戲劇這項題材發揮到極大化，進行跨業聯盟，才能創造出更大的經濟效益。

拍攝地變景點 放大經濟效益

於是，夢田在數位匯流的趨勢下，實驗跨產業、跨平台、

跨市場各種可能性，將戲劇延伸至網路、APP、文創商品、書店、紀錄片等。以《巷弄》為例，還找來導演侯季然執導《書店裡的影像詩》紀錄片，作為戲劇前導片，以40家書店的故事展現台灣獨特人文風景；並開發出「巷弄小旅行」APP，吸引華人地區遊客前來按圖索驥。此外，

也與本土特色工藝店結合，延伸出周邊商品，如鑄字項鍊、手作燈、創意包款等。

其實《巷弄》的成功，並非隨意碰撞的結果，而是夢田從過去作品中建立起一套模式，將台灣特有的文化符號包裝成商品，行銷到國際。夢田2011年推出的首部偶像劇《醉後決定愛上你》，就是第一號實驗品，在行銷推廣上導入數位匯流概念，設計出專屬APP，提供預告片、拍貼等功能，並公開拍攝景點，方便粉絲跟著偶像的腳步去旅行；掃描QR Code，還能看到拍攝的片段與花絮。此舉讓偶像劇的效益從廣告收入延伸到城市觀光，成為日後偶像劇的行銷模式。

連結內容、社群和商務的網路平台「Family」，也是夢田深耕文創的重點。從台灣自有OTT（over the top網路內容傳輸服務）的概念出發，如Youtube般具備開放精神，歡迎任何人開設頻道分享，「台灣必須要有自己的OTT平台，才會有自己的文化發言權。」在全球化競爭的時代，蘇麗媚不只從公司利益去思考，而是站在更高的視野，要向世界爭取屬於台灣的文化發言權。

MIT原創故事 也能與全球接軌

不墨守成規的蘇麗媚，運用跨界串聯，讓創作者在不同平台

PROFILE

蘇麗媚小檔案

現職：夢田文創執行長

學歷：國光藝校（現國立台灣戲曲學院）

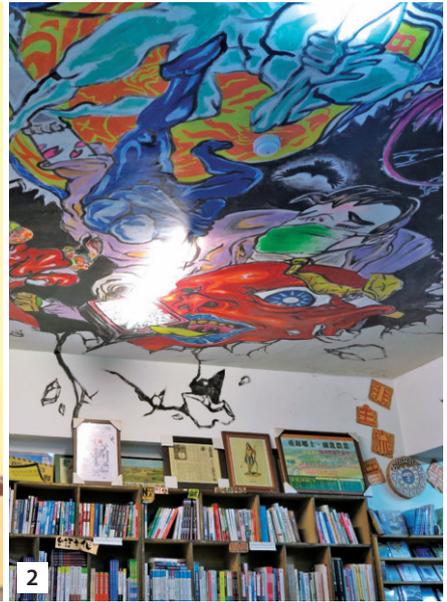
經歷：三立電視台執行副總經理、盧米埃電影營運長、
土豆網自製內容計畫首席顧問

作品：《巷弄裡的那家書店》、《醉後決定愛上你》、
《敗犬女王》、《命中註定我愛你》等。





1



2

1. 夢田文創所製作的偶像劇，皆為百分百的MIT原創故事，希望讓大家因感動而重新認識這座島嶼。
2. 透過文創劇結合各地特色書店，是夢田文創跨界的一大步。

上發聲，進而激盪出更多創意。因為她很清楚，一源多用雖然可以把餅做大，但先決條件是要有「內容」，她表示，台劇如果不重視內容產製與品質，很難拓展海外市場，「好作品從說好故事開始。台灣要有具識別度的好作品，這就是一個基礎生態圈，是一種因勢利導。讓這個生態圈能夠被引爆、蔓延，才有機會展開所有可能。」蘇麗媚表示，台灣戲劇生態圈能再造，才不至於在數位經濟浪潮中，被挾著雄厚資金與廣大市場的陸劇所淹沒。

至於如何才能製作出有識別度的作品，蘇麗媚也有一番見解，「從自己的土地上取材，以自己的生活說故事，唯有如此，才能發掘屬於台灣的獨特性，進而與世界競爭、和全球接軌。」

這也是夢田能在業界獨樹一幟的主因，透過百分之百「MIT」的原創故事，將台灣人平常忽略的美好放大，讓大家因感動而重新發現屬於這座島嶼的幸福感。

幕前轉戰幕後 創新文創產業

從演員、服飾店、電視台到文創事業，外表清秀脫俗的蘇麗媚，倒像是個身懷絕世武功的俠女，一出手便展現深厚功力。曾經她被很多人看扁，經過不斷勇敢逐夢，如今成為台灣電視史上最年輕的副總經理。她用最亮麗的成績粉碎蜚短流長，炒熱多部偶像劇，打造出最賺錢的電視台，卻又不眷戀光環地自立門戶，創辦夢田，「只要努力就不會太差！」她堅信比別人花更多

的心力，就能證明自己的能力。

柔中帶剛的蘇麗媚從來只向前看，不沉溺於過往榮光，如今夢田已經闖出一片天，將故事力轉化為文化力，透過台灣戲劇結合其他產業，創造出新的文創商業模式，「台灣人有很好的應用環境，可以測試許多新的模式。當我們在抱怨環境不好的時候，不要忘記，我們自己就是建立環境的人。」蘇麗媚對於這座幸福島嶼仍深具信心。

從幕前轉戰幕後，蘇麗媚的文創之路更為寬廣，無論是做偶像劇、建構影音平台、經營獨立書店等，都透過不斷地冒險、創新，找對方法達成設定的目標。她用堅持，做出一檔檔好戲；也用堅持，寫下自己人生中一個個好故事。■