



跳出框架 反有意外驚喜

齊柏林 用台灣土地講台灣故事

近年來談到最讓人感到印象深刻的電影，紀錄片《看見台灣》絕對名列其中，不僅透過不一樣的角度讓人看見台灣的美麗，同時也讓人反思嚴峻的環境議題。然而在《看見台灣》兩年之後，齊柏林與曾瓊瑤再次共同策劃全新的圖片授權平台 itaiwan8.com（愛台灣吧），希望透過不同載具，讓更多人能看見台灣。

◎撰文／陳婉箏 攝影／李庭歡 圖片提供／台灣阿布電影股份有限公司

空拍紀錄片《看見台灣》於2013年上映時，帶領大家看見台灣土地的蒼鬱壯美、也看見山河的沉痛悲鳴，導演齊柏林與製片曾瓊瑤以此片榮獲第50屆金馬獎最佳紀錄片，並創下逾兩億元票

房的驚人紀錄，名副其實的「叫好又叫座」。除了電影本身觸動人心，在行銷上又如何精準吸引消費者？齊柏林與曾瓊瑤的答案可能會讓不少專家跌破眼鏡，因為「一開始根本沒有行銷預算」。

走進台灣阿布電影公司新家，大廳地面上印著大大的H，天花板懸吊著直升機旋翼，一旁還有貨櫃改裝攝影器材儲存間，整體視覺概念就像是直升機停機棚，隨時可以拿了裝備就出發，機動性十

足。這也是齊柏林過去20幾年從事空中攝影的縮影，只要天候條件許可就起飛，至今已累積約2,000小時的空中攝影飛行時數。

指標企業贊助 開啟拍攝第一步

「空中攝影與一般攝影最大不同是，拍攝位置是在直升機的高度，看待影像的觀點非常不同，當抽離地面後，對任何事物的看法會較為寬廣。」齊柏林說，以前覺得空拍是寫實的紀錄，但拍久了，除記錄真實樣貌，也會去觀察大地構圖，透過鏡頭的範圍取捨，去增加藝術的美感。

長期在天空中看見台灣的美，也看見了人為破壞，促使原是公務員的齊柏林，產生一股使命感，想要透過電影提醒大家，我們安身立

命的環境目前所面臨的嚴重問題。因此，他在退休前3年毅然辭職，向銀行借款成立公司，投入《看見台灣》的拍攝，但沒想一起了個頭，就陷入籌錢的困境。

由於過去台灣沒有空拍紀錄片的先例，且不具票房性，齊柏林起初找贊助商到處碰壁，齊柏林回憶，「資金籌措的困難真是超乎想像。」

一開始的貴人是陳文茜，因為她監製《正負2度C》，記錄台灣氣候變遷的紀錄片，因此對齊柏林辭職拍片深感敬佩，便在節目中報導他，打開齊柏林的知名度，後來獲得台達電子文教基金會的贊助，開啟《看見台灣》拍攝的第一步。

「看見台灣與台達電有著奇妙的緣分。」曾瓊瑤透露，齊

某天騎車停路口時，用手機和人談資金問題，碰巧被台達電基金會副執行長張楊乾聽到，就為他引薦台達電董事長鄭崇華，促成這項「藝企合作」。

媒體口碑發酵 南北首映串聯熱潮

耗資新台幣9千萬、拍攝3年的《看見台灣》，完成後要怎麼讓觀眾看見，又是一大問題。「其實我們沒有策略性地去精算行銷，因為沒有這方面經驗。」沒錢打廣告，齊柏林四處向人請教，覺得可以透過新聞議題引發討論。

曾瓊瑤則說，起初找一家行銷公司評估，「當時對方覺得《看見台灣》完全沒有行銷點，因為既沒有明星，又是素人導演執導。」於是台灣阿布團隊，就像初上戰場的



1. 齊柏林透過一次又一次的空拍操作，記錄下台灣土地的美麗與哀愁。
2. 齊柏林導演（左）與曾瓊瑤製片（右）正籌備itaiwan8圖片授權平台。



新兵，從電影上映前6至8個月，開始打一場雖非專業卻誠意十足的行銷戰。

「名人推薦」是《看見台灣》團隊最先想到的武器。導演吳念真的旁白誠摯親切，將情感表達得恰到好處，牽引觀者進入台灣的故事裡。而真正讓《看見台灣》開始發酵的是一場媒體試映會，500個位子座無虛席，幾乎各大媒體「總」字輩主管都蒞臨，初試啼聲後，口碑就傳開，隔天登上報紙頭版，並受到電視新聞熱播，其後報導與邀約接踵而至，對於日後上映有很大的影響。

媒體試映會隔天，《看見台灣》在台北101辦了一場記者會，現場所有贊助企業都出席，「這是破天荒的事！」曾瓊瑤說，業界向來有排他條款，但《看見台灣》有兩家銀行基金會同時贊助，實屬難得。當天台北101董事長宋文琪也共襄盛舉，在《看見台灣》上映當天，讓101大樓點上「看見台灣」的字樣，為這部片打出最有高度的廣告。

掀起「齊來瘋」 拉近與觀眾的距離

隨著《看見台灣》熱映，

也引發一股「齊來瘋」，成為上映期間的最大行銷點，許多包場場次都邀請齊柏林出席映後分享會，在兩個月期間，他跑了三百場，最瘋狂的是一天高達9場，從北到南趕場，但齊柏林樂在分享，所以不覺得累，「片中拍的環境議題其實長年存在，我用很誠實的方式表現出來，這也是拍片初衷，希望透過這部片，呼籲大家重視環境惡化現象。」

「拍片完全是出自於使命感，上院線雖然有所期待，但票房快速累積，其實是始料未及的。」齊柏林說，拍攝時並無票房考量，要特意去討好觀眾，雖然拍攝手法和傳統紀錄片不太一樣，但仍有幾個場景需要協調拍攝，包括洪箱、賴青松與原住民小朋友登玉山唱歌，因為沒有鋪陳，就沒辦法講這些故事，不刻意避免，自然地去做，反而不矯情，讓台灣的土地講出自己的故事。

自動化線上授權 深化影像品牌

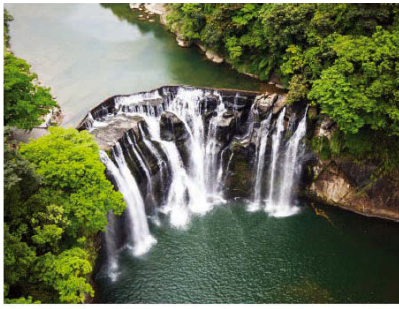
在《看見台灣》後，很多人都問齊柏林下一部在哪？「拍第一部是單純想去做這件事，但第二部很難不想到能否超越第一部，就會裹足不前。」

齊柏林從公務員、攝影師到導演，還開了公司，歷經多種角色轉換，思考更為謹慎，「因為《看見台灣》的關係，讓我原本

PROFILE 齊柏林小檔案

- 現職：**台灣阿布電影公司導演
- 經歷：**「看見台灣」首部空拍台灣紀錄片導演／攝影師、交通部國道新建工程局空中攝影師
- 著作：**《我的心，我的眼，看見台灣》、《從空中看台灣》、《飛閱台灣》、《台灣飛覽》等30多本攝影集
- 得獎紀錄：**2003年 第一屆Johnnie Walker「The Keep Walking FUND 夢想資助計畫」大獎、2012年《飛閱臺灣國家公園》獲得第46屆休士頓世界影展金牌獎、2013年《看見台灣》榮獲第五十屆金馬獎最佳紀錄片獎項、2014年《看見台灣》榮獲第47屆休士頓國際影展劇情長度紀錄片評審團特別獎、攝影金牌獎、2014年《看見台灣》榮獲第21屆國際綠色影展金太陽獎





空中攝影／齊柏林
圖片版權／台灣阿布電影股份有限公司

「itaiwan8」的空拍台灣資料庫，主要是想讓國內外人士都能看見台灣這片土地之美，可運用在教育、環境與歷史學術研究範疇。

安逸的個性，感受到壓力了。」他笑著說。

而曾瓊瑤就是督促他的人之一，為了讓公司持續發展，在拍片之外，勢必得開發其他業務，由於齊柏林多年下來累積10萬張以上的空拍底片、70萬張數位圖片與影片，但過去都是人工化方式授權，相當耗費心力與時間，「這些照片就像收在抽屜裡、不見天日的寶藏。」曾瓊瑤便發想出itaiwan8網路平台，讓想使用齊柏林影像的人，可以透過數位裝置進

入網站取得授權。

itaiwan8取「愛台灣吧」諧音，主要是想讓國內外人士都能看見台灣這片土地之美，因此itaiwan8將會是中英雙語平台，採全自動化線上授權系統，節省人力也提高找照片的效率，預計今年11月上線。她看好齊柏林的影像不只可用在電影、觀光、形象推廣上，也能用在教育、環境與歷史學術研究範疇，將是公司永續經營的重要項目。

對於未來發展，曾瓊瑤對跨界合作保持開放心胸，特別提到有

位高雄實踐大學服裝設計系學生，將齊柏林所拍攝的屏東小琉球珊瑚群礁畫面印上布料，製成小禮服，宣揚環保理念，就是很棒的文創點子。齊柏林也認為，年輕人有很多創意，能把作品做創新的演繹，希望有機會可以合作。

待在專業框架裡久了，有時會有盲點，齊柏林以一個電影門外漢，拍出轟動全台、發人省思的《看見台灣》，曾瓊瑤則用最少的預算打了一場漂亮行銷戰。專業非常可貴，但有時跳出框架之外，反而會有意外的驚喜。■