

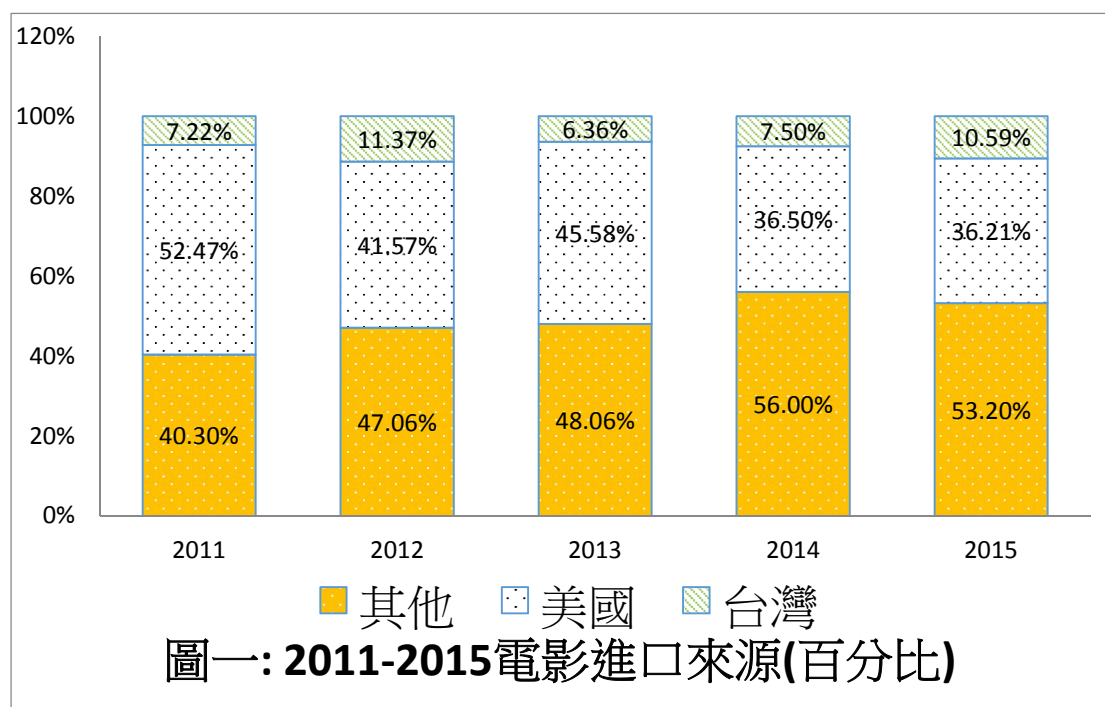
## 消費者歧視與文化差異對電影票房的影響—以台灣上映電影為例

### 摘要

台灣觀眾多數偏好好萊塢電影，好萊塢電影在台灣也一直都有良好的票房表現，如 2014 年《變形金剛 4：絕跡重生》有 6.2 億票房佳績佔全年的 17.46%，電影市場不容小覷。本研究預計採用 2013 年至 2015 年台灣上映的電影資料為樣本，運用普通最小平方法(Ordinary Least Squares)做分析，分析台灣上映之國產電影及國外電影的票房是否會受到文化因素影響票房成績。其中，文化差距之概念使用 Hofstede 提出的文化指標來衡量電影來源國家與台灣的文化差距。本研究結果將提供台灣電影發行商做為投資及篩選進口外國電影之依據，也供台灣電影輔導金制度日後修改之參考，利用本土文化優勢創造國片亮眼成績。

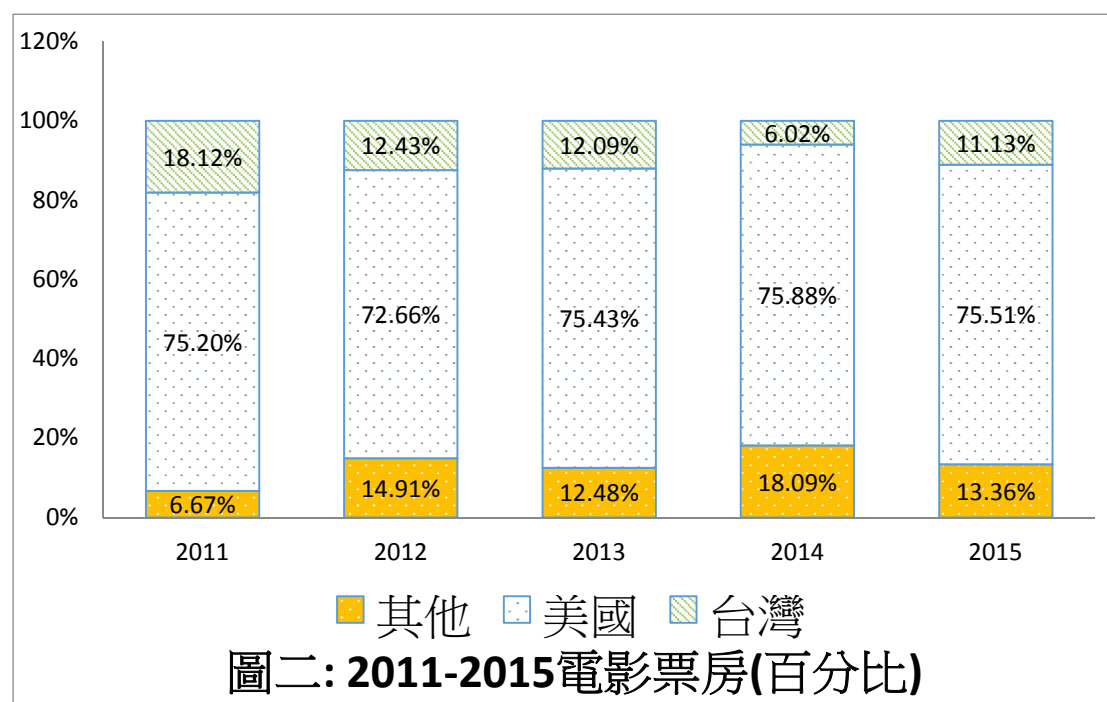
## 一、研究動機與研究問題

由於台灣地區觀眾開始重新關注國產電影，使電影相關製造商投入台灣電影產業的意願提升，繼 2008 年《海角七號》後國片的產量增加，陸續推出《那些年，我們一起追的女孩》和《我的少女時代》也皆有超過 4 億票房，2011 年到 2014 年國產電影比例平均約為 8%，票房平均約 12%。此外國外電影在台灣也一直有良好的票房表現，像是 2014 年《變形金剛 4：絕跡重生》創下 6.2 億的票房，《露西》也有 3.8 億的票房成績。<sup>1</sup>台灣電影市場約有 90% 的電影是來自國外，美製電影數量比例約 45%，票房卻佔有約 75% 的比例，相較於台灣進口其他國家電影比例約有 50%，而票房比例不到 20% (圖一及圖二)。<sup>2</sup>針對此現象，我們以 Becker(1957) 提出的歧視偏好理論(Taste-for-Discrimination Model) 來探討，該理論說明歧視來自於個人，包括雇主、同事和消費者。當消費者歧視存在時，消費者對一部電影的觀賞選擇，除了藉由電影的演員、電影口碑等因素作選擇，可能也會考量電影類型、產地、文化等等因素。本研究藉此來探討台灣地區所上映之國產電影及國外電影的票房是否會受到文化因素影響票房成績。並提供台灣電影發行商做為投資及篩選進口外國電影之依據



<sup>1</sup> 《海角七號》、《那些年，我們一起追的女孩》、《我的少女時代》、《變形金剛 4：絕跡重生》及《露西》的票房數字皆為統計台北地區

<sup>2</sup> 2011 年台灣上映電影總部數為 210 部、總票房金額為 3,625,573,670 元，2012 年台灣上映電影總部數為 242 部、總票房為 3,183,062,080 元，2013 年台灣上映電影總部數為 278 部、總票房為 3,522,421,009 元，2014 年台灣上映電影總部數為 400 部、總票房金額為 3,552,708,165 元，2015 年台灣上映電影總部數為 406 部、總票房金額為 3,837,266,683 元。



## 二、文獻回顧與探討

### 第一節 理論背景

我們以 Becker(1975)的歧視偏好理論為基礎。Becker 的歧視經濟學提到，當市場對種族、宗教、性別、年齡或其他個人特徵不同的人提供不同的機會時，就出現了歧視，反映了某些人對某些社會群體的偏見。他提出了三種歧視，分別為雇主的歧視、同事的歧視和消費者的歧視，我們針對消費者的歧視做探討。消費者的歧視是指消費者在消費時所存在的偏見，消費者可能會因為商品所提供的資訊進而影響到是否選擇購買此商品。以電影為例，當觀眾知道該電影產地的文化與自己國家不同時，可能會因此選擇不觀看此電影，改選擇觀看與自己國家文化相似的電影。

### 第二節 實證文獻

觀眾的偏好會受電影生產國家文化和自身國家文化差異影響(Lee, 2006; Xu and Fu, 2014; Fu and Lee, 2008)。其中文化層面包含語言，以英語為母語的國家看英語電影時文化親和力較高(Jayakar and Waterman, 2000; Xu and Fu, 2014)。從電影類型方面來看文化差異，因為文化因素影響喜劇票房呈負向關係(Hennig-Thurau, Walsh, and Bode, 2004; Lee, 2006)，其中德國觀眾對於東方家庭、恐怖及喜劇電影類型不受歡迎(Hennig-Thurau et al., 2004)，其原因之一也可能是文化差異。在不同製片國家的方面，高立翰, 沈大白, & 鄭惠如(2013)使用2010年1月至2012年12月台灣上映的美國及台灣製片電影之差異來分析，研究結果顯示製片來源不同具有顯著差異。台灣觀眾選擇影片時，較為偏好美製

電影，且暑假期間對於票房亦有顯著正向影響。

以不同國家研究文化有差異時對票房的影響，Lee (2006) 用票房表現分析文化折扣 (cultural discount) 和跨文化預見性 (cross-culture predictability)。文化折扣為A國家文化與B國家因母語或風俗習慣等不同進而影響選擇，消費者可能偏好和自己國家文化相似的產品而產生文化折扣、跨文化預見性用以檢視該類型電影是否能以原產國家票房來預測電影輸出國家的票房。其結果顯示喜劇在文化折扣相對高，香港票房不易用美國票房預測，因幽默文化不易被完整翻譯詮釋。但科幻電影因電視、電影普遍性因素，文化折扣低，香港票房易用美國票房預測。動作電影、家庭電影文化折扣低。浪漫電影部分，香港票房易用美國票房預測。Fu and Lee (2008) 則是以新加坡電影為研究對象，其探討電影來源國的國內市場規模及文化的差距是否會影響新加坡觀眾的選擇及電影票房的表現。其結果顯示經濟因素和文化差異顯著的塑造觀眾對外國電影的反應，當電影來自有很大的國內市場的國家和來自與新加坡文化相近的國家在新加坡較有成功的票房表現。

從電影資訊方面來看文化對電影的影響，Xu and Fu (2014) 以73個國家的票房成績，探討不確定文化內容的觀眾選擇電影時，產品知名度選擇的從眾效應 (bandwagon effect)。從眾效應為觀眾對該部電影內容或品質不熟悉，觀眾可能參考已經看過該電影觀眾的選擇。結果顯示電影訊息會提高給定國家相對於美國票房分配集中度，也就是說觀眾可能更集中於某幾部電影資訊較完全的電影，導致票房亮眼的電影和票房不佳的電影差距大；觀眾在不熟悉美國文化情況下，在考慮電影訊息完整或多寡程度的情況下，電影資訊將會提高給定國家相對於美國的票房分布集中度；若考慮文化不熟悉性為主，不熟悉美國文化將降低相對於美國的電影票房收入分布集中度。

影響電影票房的因素方面，Hennig-Thurau et al.(2004) 也提到因類型將對票房有影響，以探討美國好萊塢票房表現亮眼電影上映於德國票房比較之因素，電影類型將影響美國電影上映於德國的票房，其中電影內容類別為東方家庭電影、恐怖電影和喜劇電影在德國較美國不受歡迎，由這個結果可猜想是否有文化差異的因素導致電影於德國票房成績不佳。第二為電影風格，若高度的好萊塢電影風格之電影在德國較美國不受喜愛。第三為電影特徵，若電影為續集美國票房表現會較德國好。第四為明星效果，在美國票房成功的電影在德國將有較美國強的票房影響。另外跨國額外影響票房因素為美國票房成績將影響德國票房成績、電影是否被提名或得獎將影響德國票房、若為美國限制級電影對德國電影票房將較不利。Terry, King and Walker (2010) 研究顯示，恐怖電影類型為變態殺人狂題材國內票房收入將增加大約 15 億，而殭屍題材為恐怖類型電影中最不易獲利的題材。其他控制變數方面，恐怖電影的影院上映之首週末上映該影片的戲院數量將影響該部電影之票房，若為續集將正向顯著影響票房，限

制級票房將減少 1500 萬至 2900 萬，製作預算也被確定為國內票房表現顯著的決定因素，每增加一美元將為票房帶來 54 分美元收益。Terry, Butler, and De'Armond(2005) 探討了電影業票房收入的決定因素。樣本包括 2001 至 2003 年發布的 505 電影。結果顯示，票房收入的主要決定因素包括電影評論，是否提名得獎，是否為續集，美國電影分級及預算。顯著結果包括，獲得奧斯卡獎提名將增加 600 萬美元票房，若為續集票房將增加 1800 萬美元票房，限制級電影將減少 1200 萬美元票房，續集變數結果與林谷峻、羅雁紅、吳晉賢(2014)相同為正向影響，若電影為續集將對票房有正向影響。

在探討戲劇電影國際貿易的經濟分析中，Jayakar and Waterman (2000)以票房市場占比為應變數並以三大因素來衡量，首先是經濟規模的電影或電視產品分佈。第二為文化折扣，也就是說所有其他條件相同，觀眾被假定為更喜歡和他們的母語相同或者反映其文化價值觀的電影。第三個是電影的大製作預算將對消費者更具吸引力。研究結果顯示，比較強大或富有的國家，特別是那些公民願意投入較多經濟資源來購買電影的國家，往往會在國內具有相當大的票房份額。這說明為什麼美國生產的電影產品往往是對全世界的電影等媒體如此普遍。

在台灣電影現況方面的研究，Jane et al. (2015) 以2002年至2010年電影探討台灣加入世界貿易組織對電影票房的影響。並用雙重差分（DID）模型檢驗台灣加入WTO對電影票房的影響，結果顯示，雖然好萊塢電影利用其巨大的營銷力量佔了台灣票房收入很大的份額，但對台灣製電影的偏好仍然一直存在，並已被證明在短期是顯著的。也就是說，在2002年至2003年短期本地電影的市場有優勢，文化溢價也在分析中被證明影響票房。然而，台灣製電影在長期的分析中變得弱勢。最後，以台灣偏好分析，台灣更喜歡美國電影相較於台灣製的電影，但更喜歡台灣製電影相較於中國電影。

### 三、研究方法及步驟

為探討消費者歧視與文化差距是否對票房有影響，本研究採取研究方法如下：

閱讀影響電影票房因素及文化差距對媒體產品有何影響之文獻，作為研究基礎

搜尋有利於樣本資料取得的可靠資料庫，方便日後分析研究

將樣本資料使用最小平方方法(OLS) 及Stata統計軟體進行迴歸分析

根據分析結果觀察是否存在消費者歧視及文化差距，提供電影發行商投資及篩選國外電影進口到台灣

#### 第一節 樣本期間與資料來源

本文選擇 2013 年至 2015 年台灣上映的電影資料為樣本，資料性質為各年橫斷面資料。使用開眼電影網、【觸電網】TRUE MOVIE 電影情報入口網、Yahoo 奇摩電影中台灣上映的電影資料所收集而成的資料庫。<sup>3</sup>為分析消費者歧視文化差距的效果，利用 Hofstede (1980, 2001) 文化指標衡量。<sup>4</sup>需蒐集的電影資料包含電影來源國家、票房、演員、導演等重要變數。

#### 第二節 實證模型及變數定義與衡量方式

本研究模型採用普通最小平方方法，藉由電影來源國與台灣的文化差距、是否為台灣生產的電影及其他控制變數來探討電影總票房的情形，電影總票房之迴歸方程式如下：

$$BO_i = \beta_0 + \beta_1 CD_i + \beta_2 Other_i + \varepsilon_i, \quad (1)$$

下標  $i$  表示不同的電影， $i=1,2,3,4\dots N$ 。 $BO_i$  代表第  $i$  部電影的總票房。 $\beta_0$  為截距項， $\beta_1$ 、 $\beta_2$  則是模型待估參數， $CD$  為文化距離，將於下一段說明如何衡量， $Other$  為其他控制變數，包括電影是否為限制級、電影類型參考 Lee (2006)，我們將電影類型分為 9 種(喜劇、動作、恐怖、愛情、科幻、冒險、家庭、劇情、

<sup>3</sup> 開眼電影網 <http://www.atmovies.com.tw/home/movie/>

【觸電網】TRUE MOVIE 電影情報入口網 <http://www.truemovie.com/>

Yahoo 奇摩電影 <https://tw.movies.yahoo.com/>

<sup>4</sup> Hofstede (1980, 2001) 文化指標來源為 <http://geert-hofstede.com>

驚悚)、是否為續集、是否於春節、暑假(7/1~8/31),  $\varepsilon$  為殘差項。<sup>5</sup>

CD 為文化差距, 我們使用 Hofstede (1980, 2001) 所收集國家文化的資料, 不同的群體、區域或國家的文化互有差異, 這種文化差異可以分為 4 個面向: 權力距離 (power distance 以下簡稱 pdi)、個人主義與集體主義 (individualism versus collectivism, 以下簡稱 idv)、性別傾向(男性/女性特質) (masculine versus Femininity, 以下簡稱 mas)、不確定性避免 (uncertainty avoidance index, 以下簡稱 uai)。權力距離(pdi)為一個社會權力的集中程度和領導的獨裁程度、個人主義與集體主義(idv)為追求個人的利益為第一優先或期望得到群體之內的照顧、性別傾向(男性/女性特質) (mas)為社會上居於統治地位的價值標準。於男性社會而言, 居於統治地位的是男性氣概, 進取好勝, 對於金錢的索取執著而坦然; 而女性社會則與之相反。不確定性避免(uai) 為人們對於不確定或未知的事物會感到不知所措, 因而不選擇或減少不確定的情況。本文參考 Kogut and Singh (1988) 衡量文化距離的方式:

$$CD_j = \sum_{k=1}^4 \{(I_{kj} - I_{kt})^2 / V_k\} / 4, \quad (2)$$

$I_{kj}$  為  $j$  電影的來源國家的  $k$  文化指標,  $I_{kt}$  為台灣的  $k$  文化指標,  $k$  為文化差異的 4 個面向: 權力距離、個人主義與集體主義、性別傾向(男性/女性特質)、不確定性避免,  $t$  為台灣,  $V_k$  為各面向 112 個國家(區域)的變異數。若電影為兩個或兩個以上的國家共同出品則 CD 衡量方式為先將四個指標各自取平均後計算, 以 2014 年電影《失控》為例, 該部電影為美國及英國共同生產出品, 將美國及英國的權力距離指數平均以後帶入 CD 計算, 其餘三個面向計算方式相同。

為方便觀察各主要變數對票房的影響效果, 我們預計採用二種衡量方式: 第一種只考慮是否為台灣製造之電影(TP)對票房的影響, TP 為是否為台灣生產的電影的虛擬變數。第二種分析文化差距(CD)對電影票房的影響。

#### 四 預期效果

依據 Lee (2006)與 Fu and Lee (2008)的研究, 我們預期若電影出品國家和台灣文化差異大, 即文化距離大, 電影票房將呈現負向影響; 雖然國片票房收益與外國電影比仍相對較少(高立翰等人, 2013), 但近年來台灣不少國片獲得亮眼成績, 以消費者的歧視觀點來看 Becker(1975), 觀眾在選擇電影時, 消費者對於不同國家的語言與文化是否有歧視或偏好, 可以由本研究來分析, 依據 Jane et al. (2015)的研究, 我們預期若電影出品國家為台灣, 對票房為正向影響。

其他控制變數方面, 若電影為保護級別和輔導級別預期為不一定, 因台灣

---

<sup>5</sup> 春節假期期間定義為 2013 年 2/9~2/17、2014 年 1/30~2/4, 2015 年 2/18~2/23。



分級制度與國外研究不一樣，而限制級別對票房將呈負向影響(Terry et al., 2010；Hennig-Thurau et al., 2004)；電影類型也將影響電影票房，尤其香港及德國的喜劇類型將呈負向影響 (Lee, 2006；Hennig-Thurau et al., 2004)，但研究對象為香港、德國，因此不確定喜劇類型在台灣票房影響；科幻電影因媒體普遍性因素我們預測為正向影響，動作、家庭、愛情類型電影為不顯著 (Lee, 2006)，預期電影類型影響為不一定；若電影為續集將對票房有正向影響 (Terry et al., 2010；Hennig-Thurau et al., 2004；林谷峻、羅雁紅、吳晉賢，2014)；若電影於春節、暑假期間上映對票房將有正向影響(Lee, 2006；林谷峻等人，2014)。

## 五 實證結果

### (一) 敘述統計

表 2 中整理了消費者歧視與文化差異對台灣電影消費的影響的敘述統計，可以發現在 2013 至 2015 年全台上映電影中，平均每部電影的總票房為 10,500,000 元。在文化差距的方面，0 為台灣、與台灣文化差距最遠的為巴勒斯坦(6.13)。而是否為台灣生產電影方面，2013 至 2015 年全台上映的電影中每 100 部電影約有 8 部為台灣生產。在其他控制變數方面，在電影類別中，每 100 部電影約有 12 部為喜劇片；每 100 部電影約有 12 部為動作片；每 100 部電影約有 9 部為恐怖片；每 100 部電影約有 1 部為愛情片；每 100 部電影有 5 部為科幻片；每 100 部電影約 1 部為冒險片；每 100 部電影約 1 部為家庭片；每 100 部電影約 36 部為劇情片；每 100 部電影約 3 部為驚悚片，而在級別方面 2013 至 2015 年全台上映的電影中每 100 部電影約 31 部為保護級、每 100 部電影約 34 部為輔導級、每 100 部電影約 14 部為限制級，每 100 部電影約 8 部為續集，每 100 部電影約 3 部電影選擇在春節上映，每 100 部電影約 21 部電影在暑假。

### (二) 普通最小平方模型的實證結果

模型透過普通最小平方方法、Over Fitting 檢定及異質性檢定做迴歸實證結果。

表 3 中 Model1 中在 10%顯著水準之下，若電影為國片票房將增加 5,040,000 元，若電影為動作片，在 1%的顯著水準之下票房將增加 17,300,000 元；若電影為愛情片，在 1%的顯著水準之下票房將減少 5,820,000 元；若電影為科幻片，在 1%的顯著水準之下票房將增加 28,800,000 元；若電影為驚悚片，在 10%的顯著水準之下票房將增加 6,070,000 元；若電影為保護級別，在 1%的顯著水準之下票房將增加 6,400,000 元；若電影為限制級別，在 5%的顯著水準之下票房將減少 3,570,000 元；若電影為續集，在 1%的顯著水準之下票房將增加 22,900,000 元。Model2 中，在 5%顯著水準之下，若國家文化距離增加 1 單



位，電影票房會減少 5,310,000 元；若電影為動作片，在 1%的顯著水準之下票房將增加 16,500,000 元；若電影為愛情片，在 1%的顯著水準之下票房將減少 5,070,000 元；若電影為科幻片，在 1%的顯著水準之下票房將增加 26,800,000 元；若電影為驚悚片，在 10%的顯著水準之下票房將增加 5,220,000 元；若電影為限制級別，在 1%的顯著水準之下票房將減少 4,750,000 元；若電影為續集，在 1%的顯著水準之下票房將增加 22,000,000 元。

## 六 結論

本文主要探討消費者歧視與文化差距對電影票房的影響，台灣對於電影和國家文化的研究稀少並且沒有像美國 IMDb 網站擁有齊全且詳細的資料，這是本研究中遇到的難題之一，也因為資料的不完全導致樣本數較少，估計準確性有限，對於台灣地區觀眾喜好方面研究也不多以致多為參考國外文獻，較難全盤了解台灣電影與文化的影響。

而回歸結果與先前提到的文獻相符(Lee, 2006；Xu and Fu, 2014；Fu and Lee, 2008)，說明消費者對於熟悉文化內容的電影票房有正向幫助，在消費者歧視方面，若電影為國片對票房有正向影響，說明台灣觀眾在控制其他因素後，仍偏好與自身文化相同的商品。日後將會更加深入對於台灣電影現況的了解，讓本研究更加完整。實證結果可提供台灣電影發行商投資及篩選進口外國電影的依據，也供台灣電影輔導金制度日後修改參考，利用本土文化優勢創造國片亮眼成績。

## 七 參考文獻

林谷峻、羅雁紅、吳晉賢(2014)。影響電影票房價值因素之探討-以國產電影為例。藝術學報：表演類(革新版), (94), 167-201。

高立翰, 沈大白, & 鄭惠如 (2013)。台灣電影票房績效模型影響因素之研究。東吳經濟商學學報, (82), 59-92。

財團法人國家電影中心 (2011~2014)。台灣電影年鑑・2011~2014 Taiwan Cinema Yearbook。財團法人國家電影中心。

劉瑋婷 (2010)。台灣電影產業之未來與挑戰。臺灣經濟研究月刊, 33(8), 53-61。

Becker Gary, S. (1957). *The economics of discrimination*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Fu, W. W., & Lee, T. K. (2008). Economic and cultural influences on the theatrical consumption of foreign films in Singapore. *Journal of Media Economics*, 21(1), 1-27.

Heckman, J. J. (1979). "Sample selection bias as a specification error." *Econometrica* 47(1), p. 153-161.

Hofstede, G. H. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.

Hofstede, G. H. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage

Jayakar, K. P., & Waterman, D. (2000). The economics of American theatrical movie exports: An empirical analysis. *The journal of media economics*, 13(3), 153-169.

Jane, W. J., Chen, W. P., & Hsu, Y. L. (2015). The impact of deregulation on the movie box office after Taiwan's entry into the WTO: the difference-in-differences estimation. *Eurasian Business Review*, 5(2), 289-308.

Jane, W. J. (2015). Peer Effects and Individual Performance Evidence From Swimming Competitions. *Journal of Sports Economics*, 16(5), 531-539.

Kogut, B., & Singh, H. (1988). The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, 19(3), 411–432.

Lee, F. L. (2006). Cultural discount and cross-culture predictability: Examining the box office performance of American movies in Hong Kong. *Journal of Media Economics*, 19(4), 259-278.

Terry, N., Butler, M., & De'Armond, D. (2005). The determinants of domestic box office performance in the motion picture industry. *Southwestern Economic Review*, 32(1), 137-148.

Terry, N., King, R., & Walker, J. J. (2010). The Determinants of Box Office Revenue for Horror Movies. *Journal of Global Business Management*, 6(2), 10.

Hennig-Thurau, T, Walsh, G., & Bode, M. (2004). Exporting media products: Understanding the success and failure of Hollywood movies in Germany. *Advances in Consumer Research*, 31, 633–638.

Wirth, M. O., & Bloch, H. (1995). Industrial organization theory and media industry analysis. *Journal of Media Economics*, 8(2), 15-26.

Xu, X., & Fu, W. W. (2014). Aggregate Bandwagon Effects of Popularity Information on Audiences' Movie Selections. *Journal of Media Economics*, 27(4), 215-233.

表 1 變數定義及資料來源

	變數定義	資料來源	預期結果
應變數			
total box office(BO)	電影總票房	開眼網	
主要變數			
Cultural distance(CD)	各國家對台灣的文化差距	Geert Hofstede: Cultural Insights	—
Taiwan Produced country(TP)	是否為台灣製造之電影	觸電網	+
其他控制變數			
Film type (comedy, action, thriller, romance, science fiction, adventure, family, drama, horror)	電影類型為虛擬變數 (是否為喜劇、動作、 恐怖、愛情、科幻、 冒險、家庭、劇情或驚悚)	觸電網、 Yahoo 電影	N
Protection level	是否為保護級	觸電網、 Yahoo 電影	N
Parental level	是否為輔導級	觸電網、 Yahoo 電影	N
Restricted level	是否為限制級	觸電網、 Yahoo 電影	—
Sequel	是否為續集	開眼網	+
Chinese New Year	是否於春節期間上映	開眼網	+
summer vacations	是否於暑假期間上映	開眼網	+
註：+ 為正向影響；— 為負向影響；N 為不一定			

表 2: 敘述統計表

	平均數	標準差	最小值	最大值
應變數				
total box office	1.05e+07	2.65e+07	10635	2.78e+08
解釋變數				
Taiwan Produced country	0.0832562	0.276397	0	1
Cultural distance	2.287931	1.210585	0	6.13
year	2014.113	0.788075	2013	2015
comedy	0.1185662	0.323426	0	1
action	0.1167279	0.3212435	0	1
horror	0.0928309	0.2903287	0	1
romance	0.0101103	0.1000864	0	1
science fiction	0.0560662	0.2301553	0	1
adventure	0.0091912	0.0954729	0	1
family	0.0064338	0.0799894	0	1
drama	0.3602941	0.4803065	0	1
thriller	0.0340074	0.1813314	0	1
Protection level	0.3119181	0.4634924	0	1
Parental level	0.3426443	0.4748148	0	1
Restricted level	0.141527	0.3487267	0	1
Sequel	0.0836397	0.276974	0	1
Chinese New Year	0.0294397	0.1691158	0	1
summer vacations	0.2146249	0.4107569	0	1
樣本數	1088			

表 3: 估計結果

total box office	Model1	Model2
主要變數		
Cultural distance		-5.31e+06** (2.11e+06)
Sqcultural distance		1.81e+06*** (538,326)
Taiwan Produced country	5.04e+06* (2.96e+06)	
其他控制變數		
Comedy	2.12e+06 (2.07e+06)	1.70e+06 (2.17e+06)
Action	1.73e+07*** (3.39e+06)	1.65e+07*** (3.32e+06)
horror	-120,022 (2.02e+06)	-1.13e+06 (2.04e+06)
Romance	-5.82e+06*** (1.46e+06)	-5.07e+06*** (1.53e+06)
science fiction	2.88e+07*** (6.47e+06)	2.68e+07*** (6.55e+06)
adventure	1.92e+06 (3.60e+06)	1.11e+06 (3.36e+06)
Family	1.25e+07 (1.03e+07)	1.18e+07 (9.76e+06)
Thriller	6.07e+06* (3.11e+06)	5.22e+06* (3.10e+06)
Protection level	6.40e+06*** (1.89e+06)	5.82e+06*** (1.85e+06)
Parental level	-141,233 (1.69e+06)	-936,557 (1.64e+06)
Restricted level	-3.57e+06** (1.69e+06)	-4.75e+06*** (1.68e+06)
sequel	2.29e+07*** (5.34e+06)	2.20e+07*** (5.29e+06)
Chinese New Year	-3.89e+06 (2.41e+06)	-3.07e+06 (2.33e+06)
summer vacations	1.94e+06 (2.05e+06)	1.97e+06 (2.06e+06)

Iyear_2014	-3.09e+06*	-3.02e+06*
	(1.81e+06)	(1.81e+06)
Iyear_2015	-883,810	-439,055
	(2.20e+06)	(2.19e+06)
cons	3.73e+06*	5.10e+06*
	(2.11e+06)	(2.68e+06)
Over fitting test	28.87***	29.72***
B-P test	1230.24***	1236.22***
Observations	1019	1,016
R-squared	0.212	0.222