探究台灣電影票房之導演影響力

摘要

近年來我國電影略有成長的趨勢，本土導演也日漸增加，同時，也因為周休二日法規的上路，國人也越來越注重生活品質及休閒娛樂，近年來電影也被視為重要的休閒活動。故本研究預計採用2012年的電影資料，共261部電影為樣本，運用複迴歸模型來分析。本研究使用導演前三部電影的平均票房、前三部電影的平均評價、奧斯卡最佳導演獎提名數、有無獲得奧斯卡最佳導演獎、奧斯卡最佳導演獎獲獎數以及獲得其他最佳導演獎獲獎數六個指標來分析導演的影響力，研究導演影響力對電影票房收入之影響。此票房研究結果之政策意涵一方面可以估計導演影響力之大小，另一方面，也可以提供勝者全取(winner-take-all)特性的電影市場降低收益不確定性，並協助投資者對往後電影投資金額的掌握度更加精確。

1. 研究動機與研究問題

「電影產業」被認為是推動文創產業的火車頭，無論是政府部門或民間企業都看好該產業的無限商機與影響力。以2008年最賣座的國片「*海角七號*」為例，該片創造全台5億3,000萬元台幣的票房，不僅結合了電影、流行音樂、演唱會等電影放映後的附加價值，還包括光碟片發行及電視、網路之放映，甚至還帶動各拍片景點的觀光產業及商品消費，其所創造的附加價值已遠遠超過一部電影的票房，為多年來萎靡不振的國片市場注入一劑強心針，再次受到各界的矚目(劉瑋婷，2010)。

電影產業充滿生產過程的複雜性以及需求的不確定性，因此，電影產業為研究人員提供許多有趣的問題。De Vany and Eckert (1991)認為電影業有四大特點，其一為每部電影都是獨特且無法複製的；其二，電影的需求是不易預測的；其三，每部電影都需要時間去建立屬於自己的觀眾群；最後，多數的生產成本都能被注意到，但多屬於沉默成本。從產業組織理論來看電影市場的構造，台灣電影市場大略分為美國電影、台灣電影以及香港電影。根據台灣電影網(2015)統計，民國80年代製作的台灣電影已經無法與外國製作相比，連80年代盛極一時的香港電影也在1990年開始衰敗，整個台灣電影市場主角改由美國好萊塢電影取代。不過，台灣電影經過近十年不斷努力後，台灣製片數量從2003年的4%成長到2013年的11.55%，票房從2003年的0.3%增加到2013年的13.96％，成長趨勢如圖一所示，雖然在民間及政府的努力下有逐漸上升的趨勢，但仍有很大的成長空間。然而，政府雖然也投入大量資金協助本土電影業的發展，但若未能找到創造票房的主因，針對電影市場作分析，未來產業發展的持續性則將面臨考驗。

圖一:台灣2003~2012製片數量及票房的成長趨勢

根據《富比士》(Forbes)商業雜誌統計顯示，2010年時最有影響力導演為史蒂芬·斯皮爾伯格(Steven Allan Spielberg)，史蒂芬·斯皮爾伯格(Steven Allan Spielberg)曾經編導*侏儸紀公園*(Jurassic Park)、*拯救雷恩大兵*(Saving Private Ryan)等作品，這些電影已經為他贏得了傳奇制片人的榮耀，在排名為前十名的人物中有五位為導演，他們的影響力遠超過我們的想像；除了導演們的影響，排名前十名的也包括主持人和音樂人等，但導演的影響力卻占了二分之一的名額，由此可知，導演影響力不可小覷。[[1]](#footnote-1)

明星及導演是電影產業中最重要的創意人才，明星憑藉著演技吸引觀眾注意力，因而有商業價值；導演作為電影的靈魂人物，是決定電影風格及創意領導者(王建陵，2009)。因此，我們將探討電影方面，針對導演對電影消費的影響來進行分析研究。

以奧斯卡獎為例，獲得奧斯卡最佳導演獎對電影票房具有顯著影響力，所以本研究先對2007年至2009年的859部電影做初估，共有32部電影曾經獲得奧斯卡導演獎，827部則無，統計結果如圖二所示，曾獲得奧斯卡最佳導演獎之電影票房超過沒獲得奧斯卡獎之電影票房，且票房之差距將近一百萬，會出現此結果不外乎是曾經獲得過奧斯卡最佳導演獎之導演所指導的電影在上映期間會受觀眾矚目，而吸引觀眾前往觀賞。不過，影響總票房的因素甚多，並不只受奧斯卡最佳導演獎所影響，因此本研究加入更多解釋變數以及其他控制變數來評斷導演對票房的影響，同時，為增加研究結果的可信度，本研究也將拉長研究年限至10年。

圖二:2007~2009年台灣電影有無獲得奧斯卡最佳導演獎之票房比較圖

1. 文獻回顧與探討
   * 1. 理論背景

Rosen(1981)的明星效果理論可適用於生活中許多行業中，當然也包括電影產業。在明星的現象中，少數人賺取相對龐大的金錢並且稱霸於他們從事的行業中，這似乎是在當今世界上越來越值得關注的事。在某些類型的經濟，生產活動的產出集中在少數人，這與收入分布的偏度有關。然而，現今的保密法使其更難獲得系統性的數據。[[2]](#footnote-2)

Rosen從演員出發，發現專業喜劇演員數量大約200人，喜劇演員人數在綜藝市場中的比例不高，不過一些比較受歡迎的演員，特別是那些常出現在電視上的演員，若在今天贏得非凡的獎項，也會擁有較高的收入。另一面，在古典音樂市場中，Rosen發現第一級的表演者非常少，但卻有龐大的收入，反觀第二級表演者，第一級與第二級表演者的收入差異相當大，但多數消費者甚至很難判斷他們之間表演存在細微的差別。從更熟悉的領域來看，儘管存在大量優良的替代方案，最暢銷的基礎經濟學教科書卻集中在同一組，即使如此，許多作者仍願意闖入眾多選擇組之中，這就是為何存在許多替代方案的原因。從世界無數的例子看來可觀察出兩個現象，其一為個人獲獎與個人的市場大小密切相關，其二為市場大小以及獲獎都傾向最有才華的人。

Rosen所使用的分析框架可適用於婚姻、表演者對於觀眾、教科書對於學生、醫生對於患者等等。票房號召力涉及天賦及魅力不確定比例的結合，在Rosen的模型中，由單一因素天賦(Q)被分配在潛在賣家中，且假設所有賣家利潤最大化，不能由其他活動中獲取更大利潤，同時，也讓所有買家商品效用最大化，且不能由向另一個買家購買取得更大的效用。多數人對賣家最大營收淨利R(Q)較有興趣，該函數形容了那些可被觀察到的明星所造成的影響，R(Q)屬於右偏分配，這可以解釋收入與天賦的差分偏移(differential skew)，天賦上只有些許的差異，但反映在收入上卻有相當大的差距。在明星效果中，Rosen發現天賦較平庸的往往是天賦較優的替代品，且因大眾對天賦較優的人或者物品需求較高，也因此造成利潤不成比例的增加，舉例來說，如果一個外科醫生有比他的同伴多出10%挽救生命的能力，那多數人會願意付出比10%更高的議價請他服務，因此多出來的能力(margine)並非等價，這是傳統勞動邊際生產模型無法解釋的。

* + 1. 實證文獻

在過去文獻中，有許多國內外學者對電影票房收入的因素都有進行研究。例如，研究奧斯卡得獎男女演員(何文程、林霖、簡志健，2011)、製片來源的不同 (高立翰等人，2013；Terry, Cooley, & Zachary,2010)、明星影響力 (王建陵，2009；Basuroy, Chatterjee, & Ravid ,2003；林谷峻等人，2014) 、導演影響力(王建陵，2009；林谷峻、羅雁紅、吳晉賢，2014；周韻采、郭添源，2012)、正負面評論的數量 (Basuroy et al.,2003)、評論家認可的百分比 (Terry et al.,2005)、奧斯卡獎提名次數 (Terry et al.,2005)、廣告支出(Elberse & Eliashberg,2003)、首週票房 (Elberse & Eliashberg ,2003)以及預算(Elberse & Eliashberg ,2003)對電影票房收入的影響。

其中，有許多研究有針對明星效果來探討，例如Basuroy et al.(2003)針對1991年底和1993年初200部電影，收集四座大城市(洛杉磯，紐約，華盛頓和芝加哥)電影上映第一週影評，發現明星效果和電影預算可以減緩影評對電影票房的衝擊；又或者Terry et al.(2010)針對2006到2008年的電影分析非美國英語電影的票房收入，結果顯示贏得奧斯卡獎對非美國電影的票房有正向且顯著的影響。De Vany and Walls (1999)也顯示明星影響力及良好的評價能幫助電影票房的成功。

明星是電影產業的主要討論對象，許多研究試圖解釋票房的成績，而解釋票房的變數中通常包括明星。Albert(1998)曾研究過明星在電影上的角色地位，他認為明星固然重要，但他們不是電影成功的保證，他的模型表示明星的重要性不僅是因為它們吸引了一堆粉絲，也是因為他們是最能標記成功電影的一群。又或者是Ravid(1999)研究明星與電影的關係，他蒐集的樣本包括1991至1993年間發布的175部電影，主要針對美國電影收入、收益率、國際營收以及視頻收入做研究，他表示電影主角是否贏得奧斯卡獎、電影主角是否參加過過去一年前10名賣座的電影以及電影主角被提名或者獲獎的數量是衡量劇組成員的三大參考指標。他的研究結果表示一個明星雲集的電影將會帶來額外的收入，此外，預算對票房的影響為顯著的。

不過，多數明星效果文獻中，討論明星效果的同時也將導演影響力納入明星效果，但多數文獻仍多著墨於明星演員當中，例如何文程等人(2011)研究2000年1月1日至2009年4月17日電影作品中，奧斯卡得獎之導演、男演員與女演員會對美國首週票房、美國國內票房與全球票房是否具有提升作用與顯著影響。然而，單獨討論導演影響力的文獻卻相當稀少。

從奧斯卡獲獎及提名來看，Smith and Smith(1986)從過去到1986年間票房冠軍的電影資料，使用最小平方法(Ordinary Least Squares,OLS)為電影產業做出生產與需求的經濟分析，研究發現增加獎項數量會使最佳男演員或女演員的影響力下降，且得獎總數對租金有正向且顯著的效果，研究另發現最佳影片獎的影響效果從1960年代的負向轉變成1970年代的正向，也就是說獲得最佳影片獎的影響力對票房來說是正向的。Nelson, Donihue, Waldman, and wheaton(2001)則研究1978到1987年期間，共有131部電影被提名為最佳影片及最佳男/女主角或男/女配角獎，他使用對數線性模型(log-linear model)分析奧斯卡獲獎獲提名對票房的影響，研究發現提名或者獲得最佳影片獎和最佳男主角及女主角獎對每屏幕的平均票房收入有正向影響。Deuchert, Adjamah, and Pauly (2005)也曾分析過奧斯卡得獎及提名對電影財務的影響，樣本取自1990至2000年間的2244部電影，研究五個獎項對票房的影響，包括最佳影片、最佳男主角、最佳女主角、最佳男配角以及最佳女配角獎，並且假設每周收入不隨時間推移而減少，同時控制了發布週數、首週收入以及季節性的效果，研究結果顯示獎項與提名對於票房有正面影響，但提名的正向效果比獎項還來的更多。另外，楊孟迪(2010)以1999~2008美國上映電影為例，利用決策樹(Decision Tree)以及類神經網路(Neural Network)製作電影前期製作模型，量化導演的方式有兩種，其一為導演前三部作品的票房，其二為導演前三部作品的影迷評價，他說明選用前三部電影的平均是希望這個數字能隨著時間而有所變化，如果一位導演連續幾部電影都不受好評或者票房很差，也會影響影迷對導演的信任，並發現決策樹模型有74.8%可以預測到鄰近區間的區塊，37.9%可以完全命中；而類神經網路模型有34.9%的完全命中率，73.7%可以預測到鄰近的區塊。

再者，從票房收入來看導演影響力，票房收入可分為首週票房收入、總票房收入、國內票房收入、全球票房收入、外國票房收入及每周票房收入。何文程等人(2011)對於奧斯卡得獎之導演、男演員與女演員是否會對美國首週票房、美國國內票房與全球票房造成影響進行分析，而研究結果發現奧斯卡得獎對美國國內票房與全球票房具有顯著的決定作用。Terry et al.(2010)則使用2006到2008年的449電影，使用最小平方法研究非美國的英語電影的票房收入，結果發現贏得奧斯卡獎對國外票房有正向且顯著的決定因素。再者，Terry et al. (2005)使用2001到2003年期間發布的505部電影，使用線性模型(Linear regression model)以及對數模型(Log regression model)和多元迴歸模型(Multivariate regression model)，探討評論對國內票房收入的影響力，結果顯示奧斯卡提名獎每名是價值600萬美元。三者皆顯示票房收入取決於是否獲得或提名奧斯卡獎，而獲得或者提名奧斯卡獎都對票房具有正向的決定作用。

林谷峻等人(2014)則是使用2002到2012年上映的台灣電影資料，利用多元迴歸模型探討電影價值的影響因素，研究結果發現知名導演也對票房收入產生顯著正向影響，顯見導演仍為電影之魂，執導力與口碑可吸引觀眾捧場。再者，王建陵(2009)以2007到2008年在中國上映之電影，樣本數共172部，使用多元方差分析(Multivariate analysis of variance,MANOVA)探討明星和導演影響力對電影票房的影響，導演影響力對首週票房或者總票房都有顯著效果。兩者研究皆顯示導演對於票房有一定的影響力，且是具有正向顯著的影響。

Basuroy et al.(2003)曾利用1991年底和1993年年初發布的200部電影，探討明星效果和電影預算如何減緩影評對電影每周票房收入的衝擊，研究結果證實明星效果和電影預算可以減緩影評對電影票房的衝擊；但若一部電影得到了很好的評價，明星效果和高成本製作的電影就沒這麼重要，但仍然可以減低負面評論的影響。林谷峻等人(2014)也曾指出演員知名度越高、在假期間上映、為續集、由知名導演拍攝皆對票房有正面影響知名度越高的演員具有一定比例的固定觀眾，影迷會為自己所愛的人物而前往戲院觀上電影。兩者研究皆指出明星演員的演出及知名導演拍攝對電影票房具有正向的影響力。然而，王建陵(2009)曾表示明星效果對首週票房具有顯著作用但對總票房不顯著。但綜合來說，較多學者認同明星效果對票房有正向影響力。

從預算來看票房收入，多數文獻都指出預算對票房有正面影響，Terry et al.(2005)研究結果指出電影續集和製作預算，和劇院上映的電影數量都對票房有正面且顯著影響。Basuroy et al.(2003)也指出預算有助於減緩影評對票房的影響力。

從口碑來看票房收入，Boatwright, Basuroy, and Kamakura(2007)使用1 997年12月到2001年3月所發布的電影來分析評論與電影銷售之間的關係，研究結果顯示評論是具有影響力的，但不具有預測能力。另外，Gemser,Van Oostrum, and Leenders (2007)以 1998年初和2003年末在荷蘭首映之電影，共84部電影為樣本，使用多元方差分析(Multivariate analysis of variance,MANOVA)以及多元迴歸模型(Multivariate regression model)研究評論與消費決策之關係，分析結果顯示在電影的首週週末，電影類型和評論都具有顯著性，且隨著累計票房的上升，電影類型則變成輕微顯著。

從製片來源的不同來看，高立翰等人(2013)則使用2010年1月1日至2012年12 月31日於台灣上映的美國及台灣製片電影，總計共450部電影，對於美國與台灣製片電影票房之差異作分析，利用最小平方法及變異數分析（Analysis of variance,ANOVA），研究結果顯示製片來源不同具有顯著差異。研究另發現，台灣觀眾在選擇影片時，較為偏好美製、刺激感官型，以及八大影業所出品之電影，且暑假期間對於票房亦有顯著正向影響，這也意味著美製電影比較受觀眾喜愛，這部分也可以解釋國片票房低迷許久的現象。

1. 研究方法及步驟

為達成探討導演影響力是否對台灣電影票房存在著影響，本研究採取之研究步驟如下:

導演影響力對電影票房的效果

使用最小平方法進行迴歸分析，分析導演影響力對電影票房的影響。

1. 從*電影年鑑*、*開眼電影網*、*觸電網*以及*奇摩電影網*取得台灣上映電影的相關資料(上映時間、電影類型、總票房等)。
2. 從相關網站及*電影年鑑*上取得導演相關資料，包含前三部電影的票房、首周票房和奧斯卡獲獎及提名次數以及其他導演影響力的相關變數。
3. 導演因素可以做電影票房的預測工具。
4. 電影業的投資者可藉由觀察導演因素對電影票房的影響效果，做出下一部電影投資預算的決策，當作營運的參考標的。

圖三 : 計畫架構與流程

本研究以電影票房收入研究方法來進行。研究導演影響力是否對票房收入有顯著的關聯性。然而，影響票房收入的因素眾多，本研究以楊孟迪(2010)當為引用變數的基礎，量化導演的方式有兩種，其一為導演前三部作品的票房，其二為導演前三部作品的影迷評價，以及Terry et al.(2010)量化導演的方式為奧斯卡最佳導演獎的提名數和贏得奧斯卡最佳導演獎的數量。本研究也另外加上有無獲得奧斯卡最佳導演獎及獲得其他獎項的數量兩種衡量方式，並以實證分析最小平方法來探討，解釋導演影響力對台灣電影票房收入的關係。本計畫的進行步驟整理如圖三。

1. 樣本期間與資料來源

根據資料蒐集與觀察，樣本採用*開眼網*公布的台灣2012年261部電影。

資料來源方面，導演影響力資訊蒐集，導演名單的取得來自*奇摩電影網*、*開眼網*及*觸電網*，[[3]](#footnote-3)再經由Google搜尋引擎，可以得到導演歷年來的奧斯卡得獎數量以及奧斯卡提名數量，導演前三部電影票房自*開眼網*及*台灣電影年鑑*取得資訊，前三部電影的平均評價(1至5分)蒐集自*奇摩電影網*，獲得其他獎項的數量例如英國電影學獎、香港電影金像獎、台灣電影金像獎、中國電影金雞獎以及日本電影金像獎的最佳導演獎的獲獎次數則是從google搜尋引擎以及*台灣電影年鑑*即可得知。

其他因素方面，首週票房、發行國家、電影分級、電影類型、單集或者是續集可以在*電影年鑑*、*奇摩電影網*、*開眼網*及*觸電網*中取得。演員名單取自*奇摩電影網*及*開眼網*，再從google搜尋引擎查詢是否演員有獲得過奧斯卡獎；而上映時間可以用當年度的日曆推估，是否播放於春節(1/21-1/31)、是否撥放於暑假(6/24-9/11)。首週票房、總票房的資料則是取自於*開眼網*及*電影年鑑*。

1. 實證模型

本研究模型採取最小平方法，藉由多項自變數(導演影響力)及其他控制變數來探討單一變數(電影總票房)的情形，電影總票房之迴歸方程式如下:

(1)

下標 i 表不同的電影，i=1,2,3,4...N。代表第i部電影的總票房。為截距項，，則是模型的待估參數，Director power為導演影響力，包括前三部電影的平均票房、前三部電影的平均評價、奧斯卡最佳導演獎提名數、奧斯卡最佳導演獎獲獎數，本研究也將是否得過奧斯卡獎列為導演影響力的虛擬變數，最後再放寬得獎項目，將獲得英國電影學院獎、香港電影金像獎、台灣電影金像獎、中國電影金雞獎以及日本電影金像獎的最佳導演獎的獲獎次數列為導演影響力的變數，Other為其他控制變數，包括首週票房、是否為續集、是否為國片、級別、電影類型、是否為春節上映、是否為暑假上映、演員是否獲得過奧斯卡最佳男女演員獎或最佳男女配角獎，為殘差項。

1. 變數定義及衡量方式

有關導演影響力對票房的影響，根據文獻回顧，隨著不同的統計方式會有不同的數量結果，本研究欲從六種不同的衡量方式，來探討導演影響力對票房的影響效果。第一種為前三部電影的平均票房來衡量，將導演所指導的前三部電影的票房收入加總平均分配可得；第二種衡量方式為前三部片的影迷平均評價，影迷評價分數為1至5分，將導演所指導的前三部電影的影迷評價加總後再平均分配可得；第三種方式是以奧斯卡提名數來衡量，以導演從過去到此部電影上映以前的奧斯卡提名數來計算；第四種衡量方式是以有無獲得奧斯卡最佳導演獎來衡量；同時，為加強奧斯卡獲獎的能力，本研究加入第五種衡量方式，第五種衡量方式是以奧斯卡得獎數來衡量，以導演從過去到此部電影上映以前的奧斯卡獲獎數來計算。不過，奧斯卡獎多數是用來衡量美國電影，鮮少有台灣電影獲得奧斯卡獎，因此本研究加上第六種衡量方式，第六種衡量方式是以獲得英國電影學院獎、香港電影金像獎、台灣電影金馬獎、中國電影金雞獎以及日本電影金像獎的最佳導演獎的獲獎次數來衡量台灣以及他國電影(例如香港、日本、中國等等)。

其他因素方面， Terry et al.(2005)指出電影續集對票房有正面且顯著影響，林谷峻等人(2014)認為續集的成功是因為前一集的成功，使影迷相信續集電影可產生相同的震撼。因此，本研究將是否為續集設成虛擬變數，列入本研究作為探討。由於國片的影片數日漸增加，民眾可能是因為支持國片，而促使票房增加，因此，本研究將是否國片設為虛擬變數，列入本研究作討論。

根據Terry et al.(2005)的文章顯示，限制級對票房有負面影響。盧非易(1997)指出1994年全年放影影片中，以限制級最多，但觀看電影的人數卻集中在輔導級和普通級，其中本研究以觀眾限制最少的普遍級作為對照組，所以本研究在此變數中設有三個虛擬變數，來分析分級制度對票房的影響，分別為保護級、輔導級與限制級。電影類型部分，根據周韻采、郭添源(2012)研究顯示，電影類型會影響觀眾進戲院觀看的意願，進而影響票房收入，因此本研究加入電影類型，分析是否會影響到電影票房。首週票房方面， Terry et al.(2010)在文章中曾提到首週票房對總票房收入有影響。這表示消費者將首週票房視為影響是否前去觀看電影的標準，因此本研究將首週票房納為控制變數，可檢視首週票房是否對總票房影響甚巨。

現代社會，因有了周休二日，且比以往更注重休閒娛樂，而電影為休閒娛樂之一，根據盧非易(1997)得到的結論為週六與週日確實為觀賞電影的主要時間，民眾會比平常更有意願進戲院去觀賞電影。因此，本研究將上映日是否為農曆春假、是否為暑假列為虛擬變數，將上映日期與當年日曆相互對照即可得知。變數定義如表一所示。

1. 實證結果與分析
   1. 基本敘述統計量分析

在表二中整理了導演影響力對電影總票房迴歸的敘述統計，可以發現在2012年電影中，平均每部電影的總票房有1322.869萬元，其中首週票房平均占了303.2693萬元。導演影響力方面，2012年前三部電影的平均票房每部平均有1670.321萬元，前三部電影的平均評價每部平均有4.09分，奧斯卡最佳導演獎提名數平均每部為0.14個提名，當年在台灣上映之電影獲得奧斯卡最佳導演獎的機率為0.05，而獲得奧斯卡最佳導演獎的獲獎數平均每部為0.06，獲得其他最佳導演獎的獲獎數平均每部為0.1。在其他控制變數方面，台灣上映的電影為國片的機率是0.12，且為續集的機率是0.13，選擇在春節期間上映的機率為0.02，在暑假上映的機率為0.17；2012年，台灣上映之電影演員曾獲得奧斯卡最佳男/女主角或者男/女配角奨的機率為0.18。另外，在電影類別方面，2012年全台上映之電影有0.09的機率是科幻片；0.28的機率為愛情喜劇片；有0.15的機率為恐怖驚悚片；有0.16的機率為動作冒險片；有0.05的機率為犯罪懸疑片；有0.008的機率為紀錄片；有0.03的機率是歷史傳記；有0.04的機率是動畫，而在級別方面，2012年在台灣上映之電影有0.26的機率是保護級；有0.37的機率為輔導級；有0.15機率是限制級。

* 1. 最小平方估計法實證分析

表三中呈現的是導演影響力對總票房之最小平方估計法模型的實證結果，作為本研究穩定性測試的參考模型，本研究採用六個Model來探討導演影響力對電影票房的影響效果。為利於解釋迴歸結果，本研究將總票房以及前三部電影的平均票房先取自然對數(ln)後，再進行迴歸分析，如表四。Model 1放入前三部電影的平均票房來做迴歸分析；Model 2改用前三部電影的平均評價；Model 3採用奧斯卡最佳導演獎提名數；Model 4則使用有無獲得奧斯卡最佳導演獎；Model 5改用奧斯卡最佳導演獎的獲獎數來評估；Model 6使用獲得其他最佳導演獎的獲獎數，分析每個衡量導演影響力的重要變數對總票房所產生的影響。

從六個Model的迴歸結果中可以發現所有導演影響力，除了奧斯卡最佳導演獎提名數之外，其他導演影響力對電影票房都有顯著影響力。其中，可以發現若Model 1顯示出在1%的顯著水準下，估計係數為0.433，此結果表示前三部電影的平均票房每增加一元，會增加0.433%的票房；Model 2顯示在10%的顯著水準下，估計係數為0.573，表示前三部電影的平均評價每增加一分，會使票房增加0.573%；從Model 4在10%的顯著水準下，估計係數為0.854，表示若導演曾經獲得奧斯卡獎會使票房增加0.854%；Model 5在10%的顯著水準下，估計係數為0.64，顯示著若導演獲得奧斯卡最佳導演獎的獲獎數每增加一次，票房就會上升0.64%；最後，Model 6在5%的顯著水準下，估計係數為0.609，顯示獲得其他最佳導演獎的獲獎數若每增加一次，票房就會上升0.609%。

至於其他控制變數部分，從Model 1到Model 6可以觀察出續集對票房有正向且顯著的影響力，此結果與Terry et al.(2005)迴歸結果相同，若增加一部續集，則會有高的正向顯著。同時，本研究發現在春節期間上映之電影對票房也有正向影響，但礙於本研究樣本期間不夠長，因此在春節期間上映的影響力不穩定。

1. 結論

本研究主要目的是探討導演影響力對電影票房的影響，以多個導演影響力之因素來衡量導演是否有助於電影票房的提升。導演影響力不管是在平均票房、平均評價、獲得奧斯卡導演獎方面或者其他獎項上都有助於票房的提升。其他控制變數方面，續集呈現正向顯著的影響力；而是否為國片、是否在暑假上映或者級別則不顯著；在春節期間上映對票房的影響則是正向，但為不穩定。

本文研究結果有助於了解電影銷售與導演之間的關係，同時，隨著電影製作屬於高風險產業，製片商背負著莫大的銷售責任，加上觀眾本身對導演有著刻板印象，不管是對於導演之前的作品又或者是導演身上所擁有的獎項光環，觀眾的偏好都會因此而改變。本研究認為導演對於電影票房有很大的影響力，此一研究之政策意涵指出，導演影響力對電影票房是個很好的預測工具，除此之外，也能協助投資者對於往後電影投資金額的掌握度更加精確。

五、參考文獻

台灣電影網(2015)。取自http://www.taiwancinema.com/ct\_132\_265

盧非易, 1997.01,平靜的一年、動盪的時代：台灣電影映演市場研究,第一屆國際華語電影學術研討會, *香港浸會大學國際電影會議*.

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。

財團法人國家電影中心（93-102）。台灣電影年鑑．2004~2013 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。

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。

何文程、林 霖、 簡志健(2011) 。奧斯卡得獎男女演員對電影票房收入效應之探討。*東海管理評論【特刊】*,12(1),151-186。

金黔娛樂(2010)。〈[《福布斯》最有影響力名人 奧普拉居首〉，《金黔娛樂](http://ent.big5.gog.com.cn/system/2010/03/04/010750784.shtml" \t "_blank)》，取自http://ent.big5.gog.com.cn/system/2010/03/04/010750784.shtml

周韻采、郭添源(2012) 。數位電影典藏商業授權計價機制研究.*第八屆數位內容國際學術研討會*, 2012.

楊孟迪(2010)。應用採礦技術來預測電影票房之研究(以美國市場為例)。*國立勤益科技大學工業工程與管理系*。

王建陵 (2009)。 明星、導演影響力與電影票房:基於我國電影市場的研究實證。*中國傳媒報告*,8(1),1682-3362。

Albert, S. (1998), Movie Stars and the Distribution of Financially Successful Films

in the Motion Picture Industry, *Journal of Cultural Economics*, 22(4), 249-270.

Boatwright, P., Basuroy, S., & Kamakura, W. (2007). Reviewing the reviewers: The impact of individual film critics on box office performance. Quantitative Marketing and Economics, 5(4), 401-425.

Basuroy, S., Chatterjee, S. & Ravid, S. A.(2003). How critical are critical reviews? The box office effects of film critics, star power, and budgets. *Journal of Marketing*, 67(4), 103-117.

Deuchert, E., Adjamah, K. and Pauly, F.(2005)‘For Oscar Glory or Oscar Money? *Journal of Cultural Economics*, 29(3),159-176.

De Vany, A. and Eckert, R(1991),Motion Picture Antitrust: The Paramount Cases Revisited, *Research in Law and Economics*,14, 51-112.

De Vany, A. and Walls, D. (1999), Uncertainty in the Movie Industry: Does Star Power Reduce the Terror of the Box Office? *Journal of Cultural Economics*, 23,285-318.

Duan, W., Gu, B., & Whinston, A. B. (2008). Do online reviews matter?—An empirical investigation of panel data.*Decision Support Systems*, 45(4), 1007-1016.

Elberse, A., & Eliashberg, J.(2003). Demand and supply dynamics for sequentially released products in international markets: The case of motion pictures.*Marketing Science*,22(3), 329-354.

Gemser, G., Van Oostrum, M., & Leenders, M. A. (2007). The impact of film reviews on the box office performance of art house versus mainstream motion pictures. Journal of Cultural Economics, 31(1), 43-63.

Nelson R.A., Donihue M.R., Waldman D.M., and Wheaton C. 2001.What’s an Oscar worth? *Economic Inquiry* 39, 1–16.

Rosen, S.(1981).The economics of superstars.*The American economic review*,845-858.

Ravid, S. A. (1999), Information, Blockbusters and Stars: A Study of the Film Industry, *Journal of Business*, 72(4),463-492.

Smith, S. P., & Smith, V. K.(1986). Successful movies: A preliminary empirical analysis. *Applied Economics*, 18(5),501-507.

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., Cooley, J. W., & Zachary, M.(2010).The determinants of foreign box office revenue for English language movies. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 2(1),12.

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.

表一:各項自變數及其他控制變數的定義及預期結果

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **變數** | **縮寫** | **變數定義** | **預期符號** |
| **應變數** | |  |  |  |  |
|  | | 總票房 |  | 該片上映期間的票房金額。 |  |
| **自變數** | |  |  |  |  |
| 導演影響力 | | | DP |  | + |
| **第一種衡量方式** | | |  |  |  |
|  | 前三部電影的平均票房 | |  | 該片之導演所拍攝之前三部電影票房加總平均。 | + |
| **第二種衡量方式** | | |  |  |  |
|  | 前三部電影的平均評價 | |  | 該片之導演所拍攝之前三部電影評價加總平均。 | + |
| **第三種衡量方式** | | |  |  |  |
|  | 奧斯卡最佳導演獎提名數 | |  | 該片之導演在拍攝該片之前被提名奧斯卡最佳導演獎的被提名次數。 | + |
| **第四種衡量方式** | | |  |  |  |
|  | 有無獲得奧斯最佳卡導演獎 | |  | 該片之導演在拍攝該片之前有無獲得過奧斯卡最佳導演獎。 | + |
| **第五種衡量方式** | | |  |  |  |
|  | 奧斯卡最佳導演獎獲獎數 | |  | 該片之導演在拍攝該片之前獲得奧斯卡最佳導演獎的獲獎次數。 | + |
| **第六種衡量方式** | | |  |  |  |
|  | 獲得其他最佳導演獎的獲獎數 | |  | 該片之導演在拍攝該片之前獲得英國電影學院獎、香港電影金像獎、台灣電影金馬獎、中國電影金雞獎以及日本電影金像獎的獲獎次數。 | + |
| **其他控制變數** | | | other |  |  |
|  | 是否為國片 | |  | 該片是否為國片。(設是為1，否為0) | - |
|  | 是否為續集 | |  | 該片是否為之前的續集。(設是為1，否為0) | + |
|  | 上映日是否為農曆春節、是否為聖誕節、是否為暑假 | |  | 上映日是否為農曆春節(1/21-1/31)、是否為聖誕節(12/25)、是否為暑假(6/24-9/11)。(設是為1，否為0) | n |
|  | 演員是否獲得奧斯卡最佳男/女主角或男/女配角獎 | |  | 影片中主要演員在過去是否曾以其他影片獲得最佳男女主角或男女配角獎。(設是為1，否為0) | + |
|  | 首週票房 | |  | 該片在首週放映之票房金額。 | + |
|  | 電影類別 | |  | 該片的電影類型分類。  分為:劇情片(1)、愛情喜劇(2)、動作冒險(3)、科幻(5)、歷史傳記(6)、動畫短片(7)、紀錄片(8) | n |
|  | 電影分級 | |  | 普遍級:一般觀眾皆可觀賞。(設為1) | n |
|  |  | |  | 保護級:未滿6歲之兒童不得觀賞，6歲以上12歲未滿之兒童需父母、師長或、成年親友陪伴輔導觀賞。(設為2) | n |
| 輔導級:未滿12歲之兒童不得觀賞，12歲以上18歲未滿之少年需父母或師長注意輔導觀賞。(設為3) | n |
| 限制級:未滿18歲之人不得觀賞。(設為4) | - |

註:+為正向影響；-為負向影響；n為不一定

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 表二:各項自變數及其他變數迴歸的敘述統計 | | | | |
| 變數 | 平均數 | 標準差 | 最小值 | 最大值 |
| 總票房(萬) | 1322.869 | 2767.331 | 1 | 23742 |
| 前三部電影的平均票房(萬) | 1670.321 | 3182.951 | 1 | 29108.33 |
| 前三部電影的平均評價 | 4.097273 | .520818 | 1.8 | 5 |
| 奧斯卡最佳導演獎提名數 | .1423077 | .6205447 | 0 | 6 |
| 有無獲得過奧斯卡導演獎 | .0576923 | .2336104 | 0 | 1 |
| 奧斯卡導演獎獲獎數 | .0692308 | .2963995 | 0 | 2 |
| 獲得其他最佳導演獎獲獎數 | .1 | .4540678 | 0 | 4 |
| 是否為國片 | .1269231 | .3335288 | 0 | 1 |
| 是否為續集 | .1346154 | .3419706 | 0 | 1 |
| 是否在春節上映 | .0269231 | .1621708 | 0 | 1 |
| 是否在暑假上映 | .1730769 | .3790434 | 0 | 1 |
| 演員是否獲得過最佳男/女主角或男/女配角獎 | .1832669 | .3876582 | 0 | 1 |
| 首週票房(萬) | 303.2693 | 709.3484 | .47 | 6872 |
| 是否為科幻片 | .0923077 | .2900181 | 0 | 1 |
| 是否為愛情喜劇 | .2769231 | .4483412 | 0 | 1 |
| 是否為恐怖驚悚片 | .1538462 | .3614971 | 0 | 1 |
| 是否為動作冒險片 | .1576923 | .3651551 | 0 | 1 |
| 是否為犯罪懸疑片 | .05 | .2183653 | 0 | 1 |
| 是否為紀錄片 | .0076923 | .0875363 | 0 | 1 |
| 是否為歷史傳記 | .0307692 | .1730249 | 0 | 1 |
| 是否為動畫 | .0384615 | .1926786 | 0 | 1 |
| 是否為保護級 | .2576923 | .4382072 | 0 | 1 |
| 是否為輔導集 | .3653846 | .4824666 | 0 | 1 |
| 是否為限制級 | .1461538 | .3539417 | 0 | 1 |

表三:導演影響力對電影票房收入之最小平方法估計結果

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Dependent variable: total boxoffice | | | | | |
| variables | Model1 | Model2 | Model3 | Model4 | Model5 | Model6 |
| **導演影響力** |  |  |  |  |  |  |
| 前三部電影的平均票房 | 0.148\*\*  (0.0683) |  |  |  |  |  |
| 前三部電影的平均評價 |  | 7.180e+06\*  (3.879e+06) |  |  |  |  |
| 奧斯卡最佳導演獎提名數 |  |  | 79,528  (1.094e+06) |  |  |  |
| 有無獲得過奧斯卡導演獎 |  |  |  | 5.024e+06  (6.835e+06) |  |  |
| 奧斯卡導演獎獲獎數 |  |  |  |  | 2.006e+06  (5.252e+06) |  |
| 獲得其他最佳導演獎獲獎數 |  |  |  |  |  | 7.097e+06\*\*  (3.361e+06) |
| **其他控制變數** |  |  |  |  |  |  |
| 是否為國片 | 5.399e+06  (6.803e+06) | 7.826e+06  (5.652e+06) | 5.822e+06\*\*\*  (2.125e+06) | 6.119e+06  (4.783e+06) | 4.531e+06  (4.902e+06) | 4.339e+06  (4.858e+06) |
| 是否為續集 | 2.884e+07\*\*\*  (5.657e+06) | 2.044e+07\*\*\*  (5.678e+06) | 1.294e+06  (2.340e+06) | 3.559e+07\*\*\*  (4.663e+06) | 3.560e+07\*\*\*  (4.634e+06) | 3.628e+07\*\*\*  (4.602e+06) |
| 是否在春節上映 | 6.504e+06  (1.243e+07) | 5.035e+06  (1.079e+07) | 4.853e+06  (4.070e+06) | 1.792e+06  (9.706e+06) | 3.154e+06  (9.657e+06) | 3.173e+06  (9.561e+06) |
| 是否在暑假上映 | 6.331e+06  (5.689e+06) | 557,531  (5.342e+06) | 4.462e+06\*\*  (1.868e+06) | 2.928e+06  (4.198e+06) | 2.973e+06  (4.161e+06) | 3.221e+06  (4.126e+06) |
| 演員是否獲得過最佳男/女主角或男/女配角獎 |  |  | 2.698e+06  (1.928e+06) |  |  |  |
| 首週票房 |  |  | 3.568\*\*\*  (0.114) |  |  |  |
| 是否為科幻片 |  |  | -8.590e+06\*\*\*  (2.752e+06) |  |  |  |
| 是否為愛情喜劇片 |  |  | -3.209e+06  (1.992e+06) |  |  |  |
| 是否為恐怖驚悚片 |  |  | -3.519e+06  (2.395e+06) |  |  |  |
| 是否為動作冒險片 |  |  | -404,206  (2.387e+06) |  |  |  |
| 是否為犯罪懸疑片 |  |  | -2.506e+06  (3.401e+06) |  |  |  |
| 是否為紀錄片 |  |  | -4.705e+06  (7.466e+06) |  |  |  |
| 是否為歷史傳記 |  |  | -1.429e+06  (4.034e+06) |  |  |  |
| 是否為動畫 |  |  | -702,879  (1.028e+07) |  |  |  |
| 是否為保護級 | 6.187e+06  (6.056e+06) |  | 1.737e+06  (2.008e+06) |  | 9.769e+06\*\*  (4.436e+06) | 1.088e+07\*\*  (4.416e+06) |
| 是否為輔導集 | -1.840e+06  (5.451e+06) |  | -1.636e+06  (2.062e+06) |  | 600,132  (4.200e+06) | 1.391e+06  (4.178e+06) |
| 是否為限制級 | -1.199e+07  (7.480e+06) |  | 177,283  (2.554e+06) |  | -4.073e+06  (5.646e+06) | -2.831e+06  (5.623e+06) |
| constant | 6.376e+06  (4.675e+06) | -2.222e+07  (1.600e+07) | 2.800e+06  (1.999e+06) | 6.469e+06\*\*\*  (1.973e+06) | 4.478e+06  (3.566e+06) | 3.009e+06  (3.602e+06) |
| observations | 129 | 105 | 236 | 245 | 245 | 245 |
| R-squard | 0.315 | 0.154 | 0.881 | 0.217 | 0.244 | 0.258 |
| Absolute value of statistics in parentheses  \*significant at 10%；\*\* significant at 5%；\*\*\* significant at 1% | | | | | | |  |  |  | 0.244 | 0.244 | 0.258 |

表四:導演影響力對電影票房收入之最小平方法估計結果

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Dependent variable: total boxoffice | | | | | |
| variables | Model1 | Model2 | Model3 | Model4 | Model5 | Model6 |
| **導演影響力** |  |  |  |  |  |  |
| 前三部電影的平均票房 | 0.443\*\*\*  (0.0766) |  |  |  |  |  |
| 前三部電影的平均評價 |  | 0.573\*  (0.343) |  |  |  |  |
| 奧斯卡最佳導演獎提名數 |  |  | 0.0308  (0.0627) |  |  |  |
| 有無獲得過奧斯卡導演獎 |  |  |  | 0.854\*  (0.497) |  |  |
| 奧斯卡導演獎獲獎數 |  |  |  |  | 0.640\*  (0.385) |  |
| 獲得其他最佳導演獎獲獎數 |  |  |  |  |  | 0.609\*\*  (0.247) |
| **其他控制變數** |  |  |  |  |  |  |
| 是否為國片 | 0.555  (0.448) | 0.768  (0.500) | 0.213\*  (0.123) | 0.567  (0.348) | 0.554  (0.359) | 0.532  (0.356) |
| 是否為續集 | 1.710\*\*\*  (0.367) | 1.923\*\*\*  (0.503) | 0.0427  (0.130) | 2.192\*\*\*  (0.339) | 2.237\*\*\*  (0.339) | 2.303\*\*\*  (0.338) |
| 是否在春節上映 | 1.429\*  (0.818) | 1.709\*  (0.955) | 0.208  (0.235) | 1.119  (0.706) | 1.103  (0.707) | 1.143  (0.702) |
| 是否在暑假上映 | 0.539  (0.374) | 0.678  (0.473) | 0.0959  (0.108) | 0.230  (0.305) | 0.194  (0.305) | 0.215  (0.303) |
| 演員是否獲得過最佳男/女主角或男/女配角獎 |  |  | 0.00621  (0.113) |  |  |  |
| 首週票房 |  |  | 1.003\*\*\*  (0.0244) |  |  |  |
| 是否為科幻片 |  |  | -0.605\*\*\*  (0.157) |  |  |  |
| 是否為愛情喜劇片 |  |  | -0.206\*  (0.114) |  |  |  |
| 是否為恐怖驚悚片 |  |  | -0.484\*\*\*  (0.139) |  |  |  |
| 是否為動作冒險片 |  |  | -0.419\*\*\*  (0.138) |  |  |  |
| 是否為犯罪懸疑片 |  |  | -0.104  (0.195) |  |  |  |
| 是否為紀錄片 |  |  | -0.232  (0.429) |  |  |  |
| 是否為歷史傳記 |  |  | -0.0718  (0.232) |  |  |  |
| 是否為動畫 |  |  | -0.307  (0.594) |  |  |  |
| 是否為保護級 | 0.165  (0.396) |  | -0.0539  (0.115) |  | 0.501  (0.325) | 0.617\*  (0.324) |
| 是否為輔導集 | 0.251  (0.359) |  | -0.241\*\*  (0.119) |  | 0.272  (0.308) | 0.345  (0.307) |
| 是否為限制級 | -0.366  (0.503) |  | -0.123  (0.147) |  | -0.335  (0.413) | -0.219  (0.413) |
| constant | 7.667\*\*\*  (1.208) | 11.80\*\*\*  (1.416) | 1.783\*\*\*  (0.313) | 14.25\*\*\*  (0.144) | 14.06\*\*\*  (0.261) | 13.96\*\*\*  (0.264) |
| observations | 129 | 105 | 236 | 245 | 245 | 245 |
| R-squard | 0.421 | 0.202 | 0.920 | 0.193 | 0.211 | 0.222 |
| Absolute value of statistics in parentheses | | | | | | |
| \*significant at 10%；\*\* significant at 5%；\*\*\* significant at 1% | | | | | | |

1. 第一名為奧普拉·溫弗瑞職業：主持人影響力：55%，第二名為史蒂芬·斯皮爾伯格職業：導演影響力：53%，第三名為Dr. Mehmet Oz職業：醫生影響力：47%，第四名為波諾職業：音樂人影響力：46%，第五名為克林特·伊斯特伍德職業：導演/演員影響力：45%、第六名為馬丁·斯科塞斯職業：導演影響力：42%，第七名為朗·霍華德職業：導演影響力：41%、Rush Limbaugh職業：唱片騎師(即DJ)影響力：41%、Russell Simmons職業：音樂人影響力：41%，第十名為詹姆斯·卡梅隆職業：導演影響力：40%。 [↑](#footnote-ref-1)
2. 薪資屬於個人隱私，因此薪資保密在商業保密合約中經常出現，目的係在維持甲、乙雙方間因從事各自之營業活動，當事人任一方均可能知悉、接觸、提供、使(利)用他方一部或全部之機密資料時，得以保護機密資料。 [↑](#footnote-ref-2)
3. 資料來源包括*奇摩電影網*(<https://tw.movies.yahoo.com/>)、*開眼網*(<http://www.atmovies.com.tw/home/movie_homepage.html>)、與*觸電網*(<http://www.truemovie.com/>) [↑](#footnote-ref-3)