

影視內容專業人力供需概況

第二部分、電影內容專業人力供需概況

1. 量化需求

《影視廣播產業趨勢研究》在人才需求量化分析調查方面，考量電影產業在製作影片方面，往往以獨立契約方式招募演員、導演、編劇人才等製作團隊，影片拍攝完成製作團隊即解散。待下一個拍片計畫執行時，再重新招募製作團隊，而非以編制內固定人員從事不同影片的拍攝。因此，對專業人才需求的調查透過地中海區域計畫法以及演職人員表盤點為主。

- 地中海區域計畫法—利用產製電影數量的目標成長率，配合產業人力投入趨勢，推算勞動需求。
- 演職人員表盤點—透過電影演職人員表的盤點，估算產製電影所需之編制人員與契約人員投入數量，配合地中海區域計畫法，推算勞動需求。

本研究已針對我國每年上映之電影劇情長片進行國片演職人員表盤點，了解過去每部影片使用之總人力，並計算產製一部劇情長片平均人力投入數量。再根據文化部影視及流行音樂發展局所設定的電影產業成長狀況，推估未來3年國片劇情長片數量，求得製作國片的投入人次，進而估計未來人員需求數量。

根據演職人員盤點及前述發現 2014 年國片平均所動用人力較近幾年來的高，主要係因大型跨國合作國片所影響，如《KANO》、《痞子英雄：黎明再起》及《軍中樂園》等等，因此進一步計算下表中的「A」數值。經計算所得之「A」數值顯示國片動用人力有增加現象，且根據《影視廣播產業趨勢研究》研究分析，電影產業逐漸朝向專業分工發展，過去由導演完全兼任編劇或製片等情況逐漸改善，且同一名演職人員無法同時參與多齣電影的製作，因此預估未來 A 值會逐漸提高。

表 7、電影內容專業人力投入分析

	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
A.平均每部國片動用人力(人)	173	138	139	193
B.上映國片部數	36	45(扣除重複上映)	49(扣除重複上映)	40(扣除重複上映)

資料來源：本研究整理

註：平均每部國片動用人力為不分類型平均動用人力

配合文化部影視及流行音樂產業局針對電影產業發展目標，產值每年成長 5%，108 年達 269 億元。若國片產製與上映數量同步成長 5%，上映影片數以及對應的產業人力如下表。

表 8、未來三年電影內容專業人力需求

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
目標上映部數	42	44	46	49
A 值(如上表，根據專業分工趨勢推估)	198	203	208	213
劇組總投入人力	8,316	8,932	9,568	10,437
新增產業人力	596	616	636	869

資料來源：本研究整理

2. 質性需求

根據電影產業專業人才供需現況調查結果顯示，其中 3D 特效人才供不應求之狀況較為明顯，其占比將近六成，如中影、潁珀動畫、先映國際、索爾視覺效果等業者認為招募數量或素質皆有困難。另穀得電影、得藝國際媒體、青睞影視、光在影像等近六成業者還認為國外發行行銷人才素質與數量的招募上有困難度。而編劇人才供不應求的部分亦有超過五成業者認為有困難度。

3. 短期人才供給路徑

人力供給路徑包含目前產業人才供給現況以及潛在人才供給。產業人才供給現況如前所描述，運用演職人員表盤點產業既有人力的投

入概況作為產業人力的供給數量。

潛在人才供給係透過下列兩個途徑進行研究分析：

- 透過訪談及抽樣調查(各級學校相關科系、研究所)，推估學校相關科系畢業生流向(就業比/投入各影視產業比)，取得畢業流向參數取得
- 透過教育部相關科系學生人數了解未來畢業生人數，以推估未來可能投入產業的人才供給數量。

在專業人才潛在供給方面，由於產業人才的潛在供給來源不易界定，在相關統計資料上並無確定的母體範圍。但是，廠商招募人才多以其待聘職務相關科系之人員為招募對象，而各科系畢業生尋找工作也多從自身相關科系有關之工作職務開始尋找。此外，影視產業中，與創意相關的主創人員，如導演、編劇等，也非招募而來，而是與出資者之間屬於契約關係的自營工作者。此類主創人員的人才養成管道較為狹窄，除了學校本科系出身之外，自其他領域轉業或自學成功者雖有一定比例，但因這類人才數量稀少，其來源更無法從統計調查中加以預測並量化。

故此，本研究在專業人才潛在供給量化資料的取得方面，將捨棄問卷普查的方式，而以教育部取得之國內大專學校電影等相關科系、研究所畢業生人數為調查母體。根據《2011 年影視產業趨勢研究》所執行的《影視專業人才之供需調查及資源評估》專題研究，抽樣調查相關系所，以取得畢業生流向等參數，如進修人數比例、服(退)役人數比例、未就業人數比例、進入與科系相關行業比例等。除了推估影視產業相關系所畢業生就業率資料之外，更從上述之抽樣取得參數中，推估出相關系所畢業生進入影視產業就業之比例，作為衡量專業人才供需缺口的量化依據之一。

按教育部科系代碼分類所列科系內容說明可知，除了電影(創作)系之外，其他與影視內容專業人才相關之國內大學院校系所，皆非專門培育本專題定義下之影視專業人才之所在科系。因此，在調查這些非直接相關科系的畢業生流向時，較難以精確統計出畢業生流向本專題定義之影視人才之參數。因此，《影視專業人才之供需調查及資源

評估》以電影系為畢業生流向參數的調查母體。詢問該系主任或該校學務處生涯發展中心等單位，索取這些系所近三年畢業生中，進入影視產業相關職務工作之比例。

根據《影視專業人才之供需調查及資源評估》，我國廣電及電影科系 96~98 學年度的畢業生流向調查結果統計。國內電影相關科系大學部畢業生就業相關度統計結果顯示，若以 98 學年度畢業生為例，畢業一到兩年後回答所從事工作與在校所學高度相關的比例為 40%，畢業三年後比例提升到 50%。因此往後《影視產業趨勢研究》估算畢業生至相關領域就業比率均採用 50% 的數據資料為基礎。

表 9、未來三年電影內容潛在人力供給

	2016 年	2017 年	2018 年
電影相關科系畢業生人數	674	753	727
進入電影相關領域	337	377	364

資料來源：本研究整理

4. 量化人力供需結果

由於 2014 年的大型製作國片，如《軍中樂園》、《痞子英雄：黎明再起》、《KANO》等，拉高了平均國片製作動用人力，尤其《痞子英雄：黎明再起》採用許多視覺特效的製作，因此動用非常多的特效人力。而進一步根據本研究深度訪談業者了解，不論是跨國合作的產製，或中國大陸電影產業的快速發展，人才流動本應是藉由交流而提升技術能量的機會，不過由於國內多數專業資深主創人才，如導演、編劇面臨中國大陸磁吸影響，使得國內既有產業資深人力流失，又加上新進人員遞補除了數量問題外，亦存在素質層面的斷層，因此人力數量需求與素質需求都出現明顯的缺口。加上這幾年國片產製量穩定維持在 40-50 部次的水準，預計未來三年電影產業在國片的穩定發展下，產業仍存在人才缺口。

表 10、電影產業人力供需情形(單位：人)

	新增需求（人次）	新增供給（人數）
2016 年	616	337
2017 年	636	377
2018 年	869	364

註：新增需求係以本研究盤點計算之平均每部國片動用人力來做推估，單位屬於人次；而新增供給則是以畢業生人數進入電影相關領域做推估，單位屬於人數。

資料來源：本研究整理

表 11、電影產業專業人才供需調查

	供需現況			招募難易		年資 需求	海外人 才需求
	供過於求	供不應求	供需平衡	數量(難)	素質(難)		
製作企劃	5.71%	25.71%	68.57%	26.67%	34.48%	2.24	22.22%
編劇	5.71%	48.57%	45.71%	43.75%	54.84%	2.42	30.77%
導演	11.76%	17.65%	70.59%	25.00%	42.86%	2.25	27.27%
攝影	16.13%	16.13%	67.74%	10.34%	17.24%	1.97	36.36%
燈光	6.67%	30.00%	63.33%	14.29%	21.43%	1.86	17.86%
美術設計	6.90%	34.48%	58.62%	25.00%	39.29%	2.25	17.86%
造型設計	11.11%	25.93%	62.96%	20.00%	28.00%	2.00	12.00%
特殊化妝	4.17%	45.83%	50.00%	42.86%	45.45%	2.36	18.18%
音樂	6.67%	26.67%	66.67%	18.52%	30.77%	2.15	15.38%
錄音	0.00%	16.67%	83.33%	14.81%	11.11%	1.85	7.69%
演員	26.92%	26.92%	46.15%	29.17%	58.33%	2.50	28.00%
跨平台數據收 視分析	16.67%	33.33%	50.00%	40.91%	50.00%	2.53	28.00%
社群經營人才	7.14%	35.71%	57.14%	28.00%	44.00%	2.40	23.08%
2D-特效	14.29%	38.10%	47.62%	41.18%	47.06%	2.47	21.05%
3D-特效	10.53%	57.89%	31.58%	52.94%	58.82%	2.59	16.67%
剪接	18.75%	37.50%	43.75%	28.57%	42.86%	2.43	0.00%
動畫	6.25%	56.25%	37.50%	37.50%	56.25%	2.56	21.43%
成音	13.33%	26.67%	60.00%	21.43%	35.71%	2.21	0.00%
調光	0.00%	47.06%	52.94%	53.33%	57.14%	2.50	0.00%
國內發行行銷	10.00%	35.00%	55.00%	5.00%	20.00%	2.05	10.53%
國外發行行銷	5.26%	57.89%	36.84%	58.82%	58.82%	2.56	37.50%

資料來源：本研究問卷回收整理