

高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

專題製作報告



風華絕代傳藝戲偶—以霹靂布袋戲為例

指導老師： 盧沛明 老師

科別班級： 資料處理 科 3 年 1 班

座 號： 09、02、14、18

姓 名： 陳言忻、吳佩宜、謝尹蕙、左偉呈

中 華 民 國 107 年 01 月

目錄

目錄.....	I
圖表目錄.....	II
摘要.....	3
壹、前言.....	3
貳、研究動機.....	3
參、研究目的.....	4
一、瞭解霹靂布袋戲的現況.....	4
二、金光布袋戲與霹靂布袋戲的偏好調查.....	4
三、金光布袋戲和霹靂布袋戲優劣分析.....	4
肆、研究流程.....	4
伍、研究方法.....	4
一、蒐集資料.....	4
二、問卷蒐集.....	4
陸、正文.....	4
一、戲偶的由來.....	4
二、霹靂布袋戲.....	5
三、金光布袋戲與霹靂布袋戲的偏好調查.....	8
四、金光布袋戲和霹靂布袋戲優劣分析.....	14
柒、結論與建議.....	15
一、結論.....	15
二、建議.....	15
參考文獻.....	15
附錄.....	16

圖表目錄

圖一：專題製作流程圖	4
圖二：台日雙方合作—東離劍遊紀(官方提供).....	7
圖三：霹靂布袋戲與神魔之塔合作(官方提供).....	8
圖四：消費者性別比例	8
圖五：消費者教育程度比例	8
圖六：消費者年齡層比例	9
圖七：消費者職業比例	9
圖八：消費者傾向比例	9
圖八：消費者觀看金光原因	10
圖九：消費者購買金光周邊意願比例	10
圖十：消費者購買金光周邊原因分析	10
圖十一：消費者購買金光周邊方式分析	11
圖十二：拒絕購買金光周邊原因分析	11
圖十三：金光網路行銷	11
圖十四：消費者期望金光改進分析	12
圖十五：消費者觀看霹靂原因	12
圖十六：消費者購買霹靂周邊意願	12
圖十七：消費者購買霹靂周邊意願分析	13
圖十八：消費者購買霹靂周邊方式分析	13
圖十九：拒絕購買霹靂周邊原因分析	13
圖二十：霹靂網路行銷	14
圖二十一：消費者期霹靂改進分析	14
表一：金光與霹靂優劣分析	15

全國高級中等學校專業群科106年專題及創意製作競賽 「專題組」作品說明書

【風華絕代傳藝戲偶—以霹靂布袋戲為例】

摘要

台灣的傳統文化甚多，而布袋戲便是其中一項重要傳統戲曲之一。由於現代科技發達，少有年輕人願意接觸。面對傳統野台戲逐漸流失的霹靂布袋戲殺出了一條新生路，結合科技電腦動畫，讓布袋戲保留了傳統走出了創新。

為此，本小組將探究布袋戲在傳統與創新下所誕生的另一種風貌，以及消費者對於霹靂與金光在市場上的推廣與網路行銷的偏好。

壹、前言

每個國家都有專屬的文化風情，起源於十七世紀 中國福建的布袋戲，在 台灣被 黃俊雄發揚光大，從口白到特效一點細節也不放過，而近年的劇本更是融合了現代年輕人的用語，角色也有鮮明的性格和行事作風，非常寫實生動，而另外一項傳統技藝術是傀儡戲，是用十六條線來操作木偶，需要做一些特技時，可以增加到三十多條線來操縱，表演極為細膩不亞於現代布袋戲的操作，另外一項很有趣的是皮影戲，流傳最廣的說法是，為了讓漢武帝解李夫人生下孩子後不久便香消玉殞之慟，從海底取來了神石刻成李夫人的樣子，放在輕紗之中，光影之下重現生前風采。大部分是用牛皮或是驢皮製成，也有用紙板製作，雕刻精美，利用燈光投射出形象的方式表演。

以上這些傳統技藝都是非常珍貴的藝術，在現代的科技如此發達之下，許多孩子都很少有機會可以接觸到，也很少人有意願去傳承這項文化，逐漸地在流失，因此我們想探究這些流傳已久的戲偶，在當時阿公年代的魅力以及現在所遇到的困境。

貳、研究動機

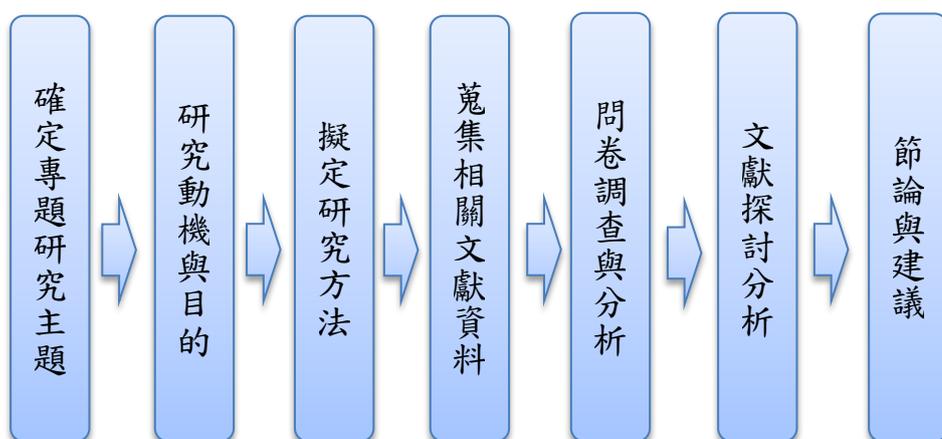
布袋戲是台灣的傳統藝術，也是兒時的回憶，小時候家裡的長輩時常帶著小孩到廟裡的廣場去看布袋戲，甚至曾為了看布袋戲中午跑回家看，在 1970 年時，布袋戲在電視上演出「雲州大儒俠—史艷文」締造了 97%的收視率，那時候熱鬧的景象今非昔比，現在已經很少有人會去看了，野台戲也多半是表演給神明看的。小時候對布袋戲的操作非常感興趣，雖然同樣是木偶，但是操作方式卻大大的不同，因此

我們想去探究布袋戲要如何推廣與創造市場。

參、研究目的

- 一、瞭解霹靂布袋戲的現況
- 二、金光布袋戲與霹靂布袋戲的偏好調查
- 三、金光布袋戲和霹靂布袋戲優劣分析

肆、研究流程



圖一：專題製作流程圖

伍、研究方法

一、蒐集資料

蒐集金光和霹靂的相關起源、歷史以及改革

二、問卷蒐集

我們要製作一份金光布袋戲和霹靂布袋戲相關問題的問卷，彙整之後做出比例圖，從中了解消費者喜好。

陸、正文

一、戲偶的由來

- (一)、在中國的古籍《武林舊事》與《東京夢華錄》上記載著，宋朝時期的宴會上就有布袋戲，那時稱為掌中木偶戲。又稱為手操傀儡戲、掌中戲或是小龍。
- (二)、大部分學者認定布袋戲起源於十七世紀中國泉州、福建，

但是布袋戲的發展跨越了福建與台灣地區，在不同的時期各自發展，以至於明確發源的時間無法確定。

- (三)、一位女性學者丁言昭，在敦煌莫高窟中的 31 窟發現一幅於唐代壁畫的《弄雛》，一名婦女手中操作著類似布袋戲的木偶給孩子觀看的情形，除此之外卻沒有更加明確的記載，因此無法斷定唐朝時就有布袋戲。
- (四)、傳統布袋戲主要是演出三國演義、封神演義、水滸傳、西遊記等，直到現在是由編劇寫出獨樹一幟的劇本，天馬行空的想像和奇幻武俠世界與融入西方配樂，造就了現今的布袋戲，吸引著年輕人的目光。
- (五)、最早開始時，戲偶的頭是用木頭刻製，身軀和四肢皆是用布料做成的，表演時將手套進布料裡操作演出，因此統稱為布袋戲。而現在最大的改變是，整尊偶都是木頭雕刻而成的，尺寸也由原本的 30 公分變成 100 公分，相對也較於華麗，以前戲偶的眼睛是用筆描繪上去的，現在是用水晶鑲的；睫毛是一根一根黏上去，鏡頭拉近時，眼睛和嘴可以動，在武打戲要握著兵器時，手指也能動，就如同真人一樣栩栩如生。
- (六)、左手有一隻操控桿來控制左手，頭的部分是食指伸進去大拇指掐頸部，右手用無名指扣內扣環、中指與小指扣在外環輔助，眼睛是在頭部裡有一條線可以拉，如果要完成武打的畫面，就需要兩三位操偶師從旁協助才能完成。

二、霹靂布袋戲

由黃海岱先生所流傳，黃俊雄接手撐起布袋戲，從野臺戲搬到電視螢幕，在當時創作了雲州大儒俠史艷文風靡全台灣。那時布袋戲剛在電視上播出，很多長輩都跑回家看，還創下了 97% 的收視率。後來就以「妨害農工商正常作息」和「推行國語運動」給禁播了，原因是觀眾寫信說劇情太精采、能否延時加長播放，所以黃俊雄便將布袋戲的演出時間延長，導致農夫該是在田裡種植的時間沒有在田裡、學生翹課跑回家為了看史艷文影響課業、議員中午要開會卻在家中觀賞布袋戲，因此布袋戲在台灣的最高峰時期給壟斷了，可見當時盛況都烙印在長輩心中。

而後黃俊雄先生將布袋戲傳給黃強華和黃文擇兩兄弟，布袋戲並沒有因禁播而止步，開始在租片行開拓市場，也有了自己的電視台，而家裡的長輩也固定會去租片來收看，到了現在只要到便利商店購買光碟即可。

後來，霹靂也常向網際網路發展，成立自己公司品牌專有的霹靂網，任何最新的活動消息都會在首頁上，另外也設計出許多實用的周邊商品，讓喜歡的民眾能直接在網上下訂單購物。現代的年輕人喜歡用臉書來分享自己的生活，因此霹靂也在臉書上成立粉絲團與臉書上的使用者互動，另外也有戲迷對角色的喜愛而成立了官方後援會支持。

另外不只網路平台可以購買相關周邊商品，霹靂布袋戲在台灣北中南皆設立了實體店面，以供民眾可以看見實體商品確認是否有無瑕疵，省去物品在運送過程中不慎碰壞的疑慮，並可以近距離欣賞戲偶。

近年因為網路科技發達，大部分年輕人都會在影視平台上追劇，因此霹靂為此朝著網路時代發展，而當中也看準中國消費市場，一舉攻進在大陸知名的bilibili、愛奇藝和優酷等影視平台上收費放映，中國的霹靂影集有兩種版本，一是閩南語配音、二是國語配音，為的是方便讓泉州、福建以外的民眾收視，解決語言上的問題，也獲得對岸觀眾喜愛與支持。

日本知名的編劇 虛淵玄，因看了《霹靂俠影之轟動武林》後，便在Twitter上發佈訊息，因此毅然決然要與霹靂合作，在2016年時的暑假，推出了《Thunderbolt Fantasy 東離劍遊紀》，為了讓剛接觸布袋戲的日本觀眾接受，請來了 烏海浩輔、諏訪部順一和 中原麻衣等高人氣聲優，另外還請了 西川貴教來演唱主題曲，而劇情當然是由 虛淵玄親自執筆，拍攝部分就交由霹靂多媒體公司負責。

這次的閩南語配音則是 黃文擇先生的兒子 黃匯峰首次獻聲，由於台日兩方配音方式不同，台灣是必須先有口白，操偶師才能配合操作出相應的動作，而日本是先有動畫才有配音，因此是由台方先將台詞錄好交給導演錄製，最後才讓日方聲優配音。

而這次最大的改變則是劇長時間，從原本的一小時改為二十分鐘，這目的是為了拉攏剛接觸布袋戲的日本觀眾，由於日本的每部動漫一集的片長大約是在20~25分鐘之間，因此在片長上稍做改變，一共分為13話結束。

然而台日兩方的合作尚未結束，在《東離劍遊紀》整部作品結束後，虛淵玄老師在最後片尾留下了「續篇製作決定」的預告，雙方也將繼續合作，創造出全新的劇集。就在今年7月29日霹靂官方發佈預告片，在2017年底確定要上映電影新作《生死一劍》。

而就在2017年12月8日《生死一劍》上映後，便受到廣大戲迷的迴響，而著作虛淵玄則在預告片中表示「這次的作品想要推

薦給台灣的觀眾，原因是在劇情中加入了一位觀眾都很熟悉的角色登場」，當官網發布消息時，著實是讓觀眾非常驚喜的角色，這是吸引讓不再看布袋戲的觀眾，讓他們再次繼續欣賞傳統藝術布袋戲的安排。



圖二：台日雙方合作—東離劍遊紀(官方提供)

由於現代科技發達加上網路非常便利，在某些免費觀看的影視平台出現了盜版或是將影像上傳等，造成霹靂布袋戲營運損失，因此霹靂結合了AR做出了一款APP，透過每個星期購買劇集的光碟內附的QR Code掃描後，即可獲得當禮拜新出的Q版角色，其主要功能是用來拍照，可選擇已蒐集的角色和玩家自拍，買天登錄會獲得該角色各種型態。現在也和 7-ELEVEN合作，可在指定門市蒐集隱藏版各地角色，目的是為了鼓勵觀眾多購買正版光碟。

由於現代的年輕人，不管出門還是在家，手機都不離身，因此，手機的遊戲市場就特別廣泛，而霹靂也朝著手遊市場發展、跟進。霹靂布袋戲不僅有屬於自己的手遊，在 2017 年 6 月時也和《神魔之塔》這款人氣手遊異業合作。先將硬生生的木偶變成圖繪的方式來吸引人，在遊戲中獲得角色卡片後可以聽見黃文擇先生的配音，讓年輕人可以接觸到布袋戲文化。其中，玩家在遊戲時，也可以聽到霹靂專屬的音樂，能同時感受霹靂布袋戲的特色。

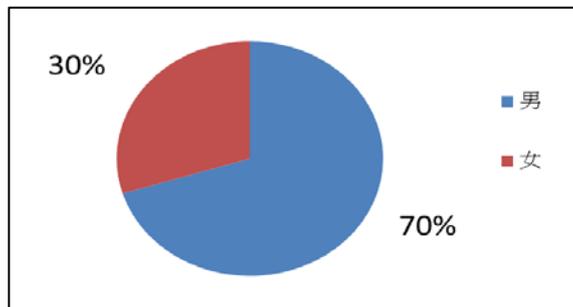


圖三：霹靂布袋戲與神魔之塔合作(官方提供)

三、金光布袋戲與霹靂布袋戲的偏好調查

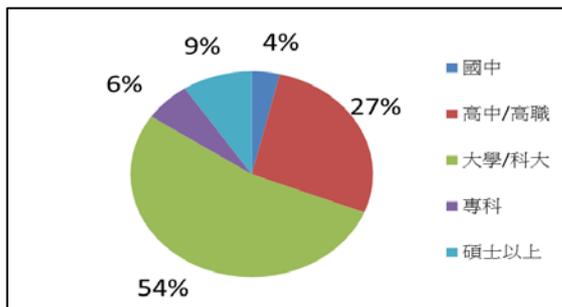
我們製作了一份問卷，透過網路發放的方式來收集我們所需的相關數據，藉此了解消費者的性別比例、年齡層、喜好以及兩家布袋戲公司的共通點。

(一)性別



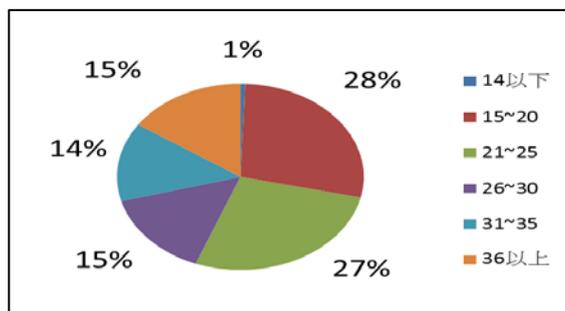
圖四：消費者性別比例

(二)教育程度



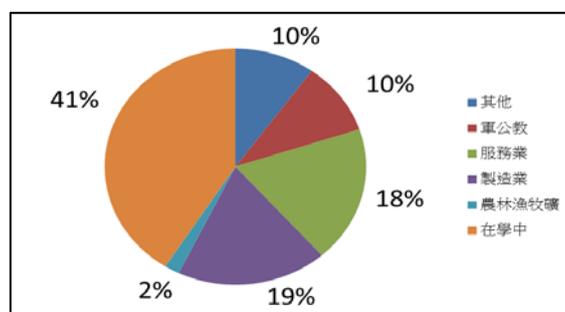
圖五：消費者教育程度比例

(三)年齡層



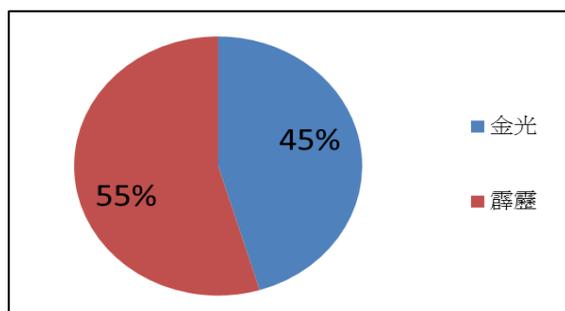
圖六：消費者年齡層比例

(四)職業



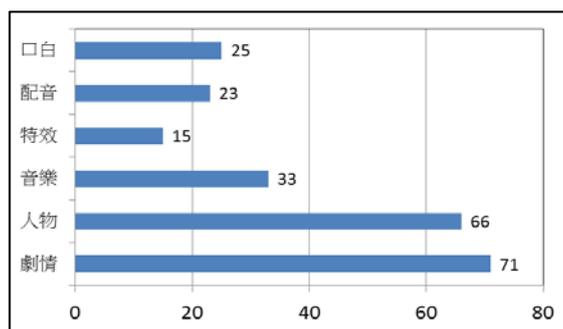
圖七：消費者職業比例

(五)請問您偏向觀看金光或者霹靂的布袋戲？



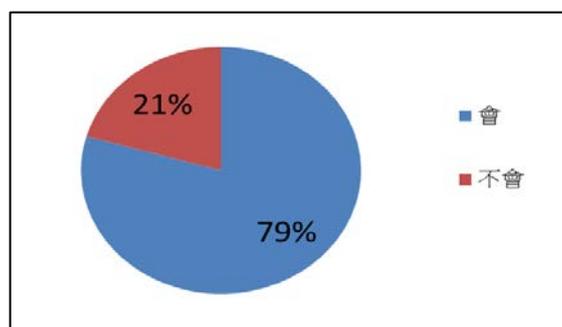
圖八：消費者傾向比例

(六)請問您會想去看金光布袋戲的原因(可複選)



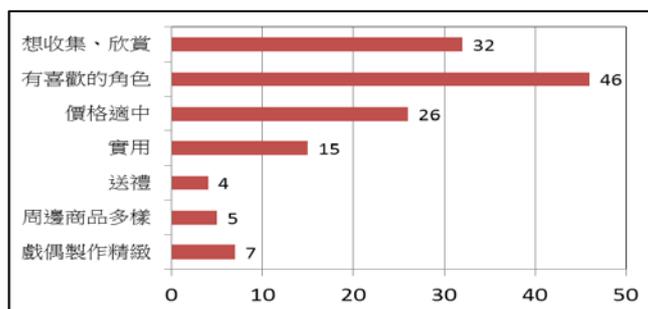
圖八：消費者觀看金光原因

(七)請問您會想去購買金光布袋戲的周邊商品嗎？



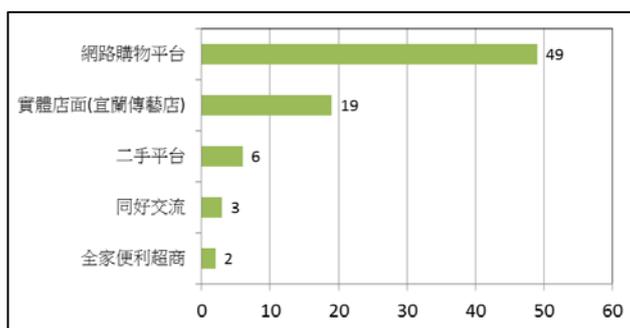
圖九：消費者購買金光周邊意願比例

(八)請問您會購買金光周邊商品的原因？(可複選)



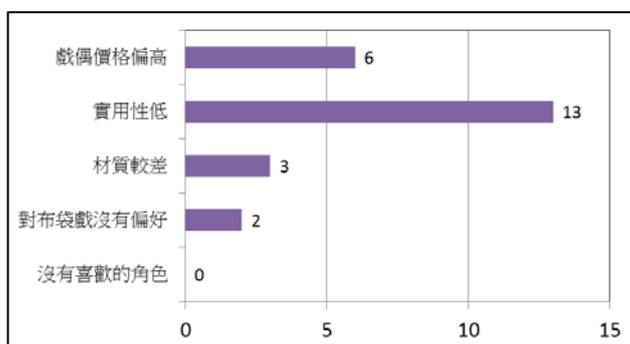
圖十：消費者購買金光周邊原因分析

(九)請問您購買周邊商品的方式是?(可複選)



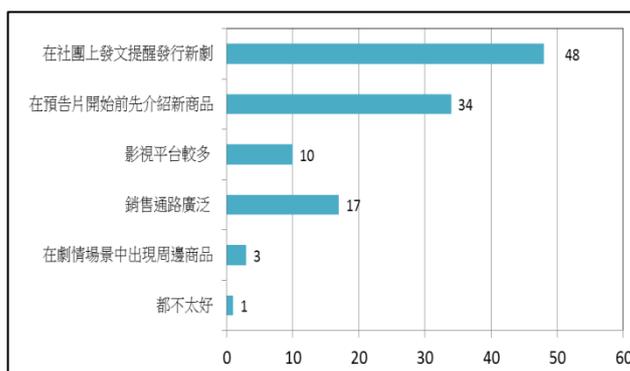
圖十一：消費者購買金光周邊方式分析

(十)請問您不會購買周邊商品的原因?(可複選)



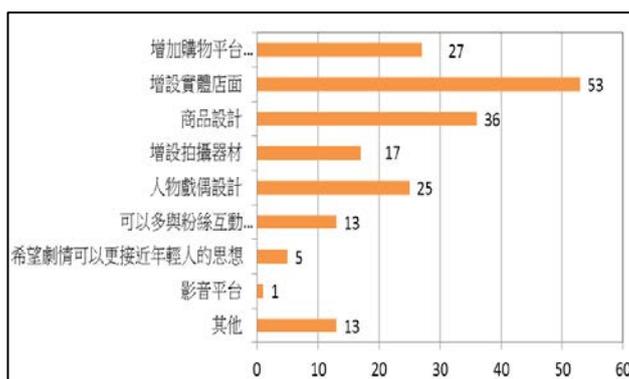
圖十二：拒絕購買金光周邊原因分析

(十一)請問您覺得金光在網路行銷哪方面做得好?(可複選)



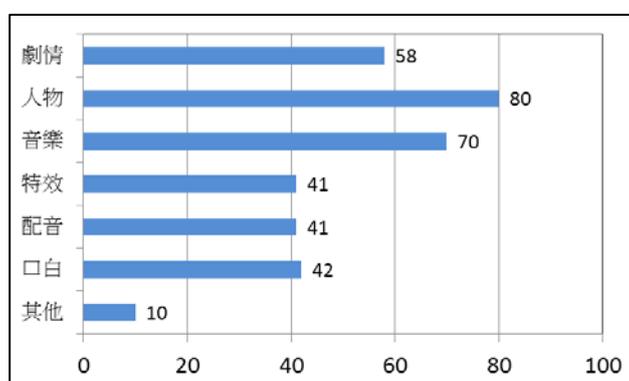
圖十三：金光網路行銷

(十二)請問您覺得金光可以改進哪方面的問題?(可複選)



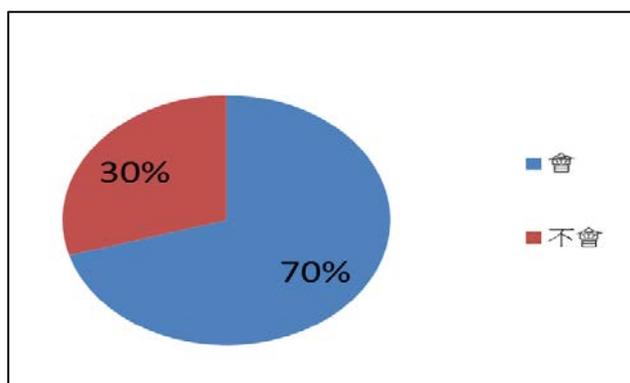
圖十四：消費者期望金光改進分析

(十三)請問您會想去看霹靂布袋戲的原因?(可複選)



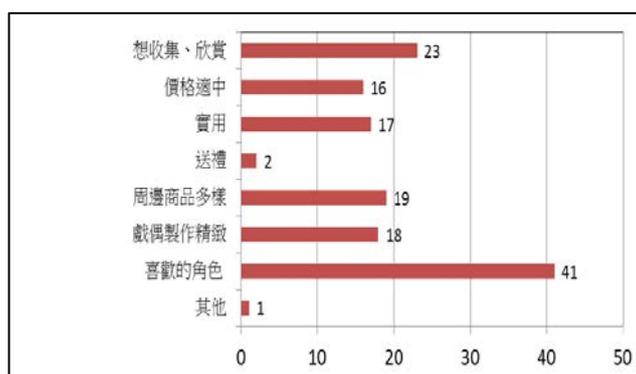
圖十五：消費者觀看霹靂原因

(十四)請問您會想去購買霹靂布袋戲的周邊商品嗎?



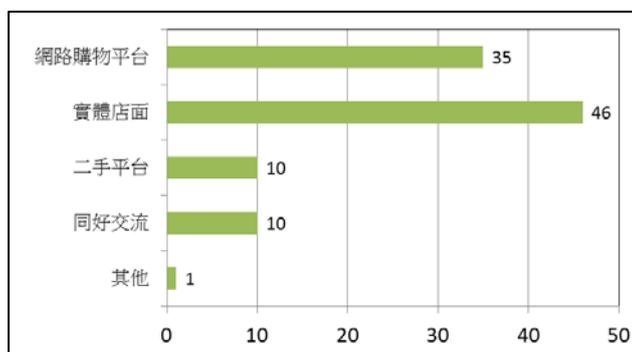
圖十六：消費者購買霹靂周邊意願

(十五)請問您會購買霹靂周邊商品的原因?(可複選)



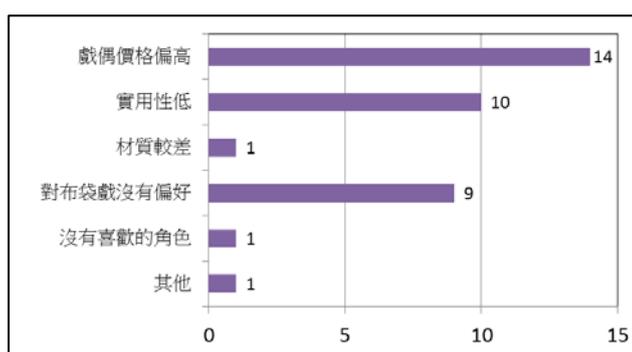
圖十七：消費者購買霹靂周邊意願分析

(十六)請問您購買周邊商品的方式是?(可複選)



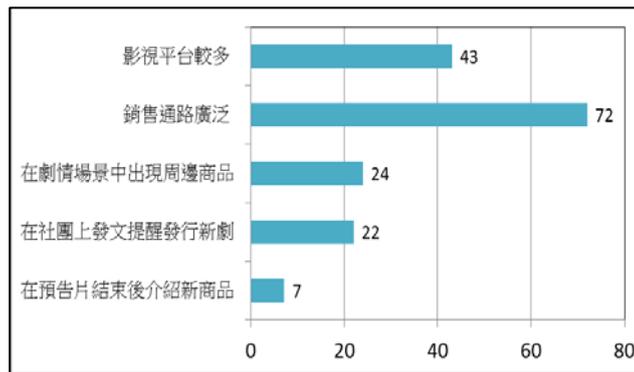
圖十八：消費者購買霹靂周邊方式分析

(十七)請問您不會購買周邊商品的原因?(可複選)



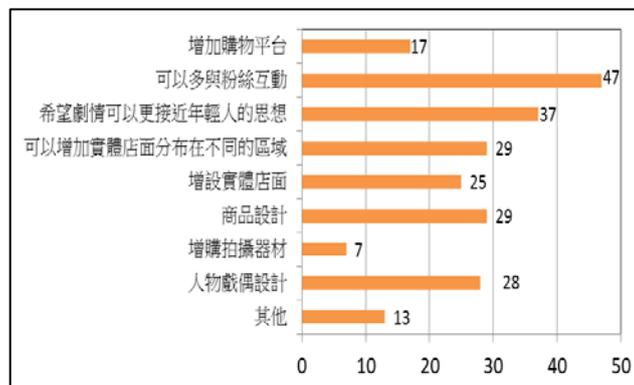
圖十九：拒絕購買霹靂周邊原因分析

(十八)請問您覺得霹靂在網路行銷哪方面做得好?(可複選)



圖二十：霹靂網路行銷

(十九)請問您覺得霹靂可以改進哪方面的問題?(可複選)



圖二十一：消費者期霹靂改進分析

四、金光布袋戲和霹靂布袋戲優劣分析

優劣分析是由海因茨·韋里克教授所提出，它是針對企業內部的優勢、劣勢，外部的機會、威脅來做分析，可以讓企業做為資料參考並且擬定策略，企業可以更了解自己有利的方向與缺失，並作出正確的決斷。分別為優勢(Strengths)、劣勢(Weaknesses)、機會(Opportunities)和威脅(Threats)這四項所組成的，其中優勢和劣勢兩者是企業和其他競爭者互相比較下所得到的結果，企業本身所具有的優勢便是競爭者的劣勢，相對競爭者的劣勢即是企業的劣勢。每個企業的優勢都不同，例如：人才、技術、產品及公司政策，能吸引客戶光顧的就是優勢；劣勢就是公司本身欠缺、美中不足的地方，而優勢和劣勢能互相影響。

本小組選擇優勢與劣勢來進行分析與比較，並提出改善與建議，讓傳統布袋戲相關產業將優點發揮極致。

表一：金光與霹靂優劣分析

	金光	霹靂
優勢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 劇情較能吸引觀眾 2. 武打戲份深得觀眾喜愛 3. 配音口白感情較深 4. 每部劇集音樂部分皆有 Rap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 武打戲採用高規格 2. 資金雄厚 3. 戲偶製作精緻 4. 周邊商品多樣
劣勢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 資金不足 2. 戲偶精緻度不足霹靂 3. 周邊商品較少 4. 拍攝設備短缺 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 角色劇情雖配合現代用語但少有創新 2. 武打特效帶過較多，缺少真實感 3. 配音口白人員缺少

柒、結論與建議

一、結論

- (一)應該讓劇情簡潔有力而非拖泥帶水或是增加太多支線劇情讓觀眾摸不著頭緒
- (二)武戲部分特效過多、實打部分大幅縮減，以致觀眾不願再看
- (三)網路行銷方面時常更新活動以便消費者盡快得知第一手新訊息

二、建議

- (一)公司可專門設立部門可培育新進操偶師
- (二)可以和學校合作建教班，讓有興趣的同學可以學習
- (三)邀請學校參訪，讓更多學生瞭解布袋戲
- (四)可以和各個節日舉辦活動
- (五)劇情可隨著時代在每個角色上作出不同的人物特性
- (六)可以設置一個布袋戲的主題公園或餐廳

參考文獻

(財團法人李天祿布袋戲文教基金會)

http://litienlu.org.tw/?page_id=66

(布袋戲數位博物館)

http://folkartist2.elib.nctu.edu.tw/collection/palm_drama/pd1/introduction/InSide2.asp

《世家望族》掌中乾坤搏江湖黃海岱家族 - 壹週刊

<http://www.nextmag.com.tw/realtimenews/news/36193698>

霹靂文化(EPILI霹靂網)

<http://home.pili.com.tw/about/tradition.php>

附錄

霹靂布袋戲的滿意度調查

1. 性別
 - 男
 - 女
2. 教育程度
 - 國中
 - 高中/高職
 - 大學/科大
 - 專科
 - 碩士以上
3. 年齡層
 - 14以下
 - 15~20
 - 21~25
 - 26~30
 - 31~35
 - 36以上
4. 職業
 - 在學中
 - 農林漁牧礦
 - 製造業
 - 服務業
 - 軍公教
 - 其他
5. 請問您偏向觀看金光或者霹靂的布袋戲？
 - 金光
 - 霹靂
6. 請問您會想去看金光布袋戲的原因(可複選)
 - 劇情
 - 人物
 - 音樂
 - 特效

- 配音
 - 口白
7. 請問您會想去購買金光布袋戲的周邊商品嗎？
- 會
 - 不會
8. 請問您會購買金光周邊商品的原因？(可複選)
- 想收集、欣賞
 - 有喜歡的角色
 - 價格適中
 - 實用
 - 送禮
 - 周邊商品多
 - 戲偶製作精緻
9. 請問您購買周邊商品的方式是？(可複選)
- 網路購物平台
 - 實體店面(宜蘭傳藝店)
 - 二手平台
 - 同好交流
 - 其他
10. 請問您不會購買周邊商品的原因？(可複選)
- 戲偶價格偏高
 - 實用性低
 - 材質較差
 - 對布袋戲沒有偏好
 - 沒有喜歡的角色
11. 請問您覺得金光在網路行銷哪方面做得好？(可複選)
- 在社團上發文提醒發行新劇
 - 在預告片開始前先介紹新商品
 - 影視平台較多(例如：bilibili、優酷、愛奇藝等)
 - 銷售通路廣泛(例如：全家、實體店面、專屬網站)
 - 在劇情場景中出現周邊商品
12. 請問您覺得金光可以改進哪方面的問題？(可複選)
- 增加購物平台(例如：增設專屬網站)
 - 增設實體店面
 - 增購拍攝器材
 - 商品設計
 - 人物戲偶設計
 - 可以多與粉絲互動(不只有介紹商品或訪問工作人員)

- 希望劇情可以更接近年輕人的思想
13. 請問您會想去看霹靂布袋戲的原因？(可複選)
- 劇情
 - 人物
 - 音樂
 - 特效
 - 配音
 - 口白
14. 請問您會想去購買霹靂布袋戲的周邊商品嗎？
- 會
 - 不會
15. 請問您會購買霹靂周邊商品的原因？(可複選)
- 想收集、欣賞
 - 價格適中
 - 實用
 - 送禮
 - 周邊商品多樣
 - 戲偶製作精緻
 - 喜歡的角色(例如：資料夾封面印製角色)
16. 請問您購買周邊商品的方式是？(可複選)
- 網路購物平台
 - 實體店面
(台北直營店、新北直營店、台中直營店、高雄旗艦店)
 - 二手平台
 - 同好交流
 - 其他
17. 請問您不會購買周邊商品的原因？(可複選)
- 戲偶價格偏高
 - 實用性低
 - 材質較差
 - 對布袋戲沒有偏好
 - 沒有喜歡的角色
18. 請問您覺得霹靂在網路行銷哪方面做得好？(可複選)
- 影視平台較多(例如：bilibili、優酷、愛奇藝等)
 - 銷售通路廣泛(例如：7-11、全家、實體店面、專屬霹靂網)
 - 在劇情場景中出現周邊商品
 - 在社團上發文提醒發行新劇
 - 在預告片結束後介紹新商品

19. 請問您覺得霹靂可以改進哪方面的問題？(可複選)

- 可以多與粉絲互動(不只有介紹商品或訪問工作人員)
- 希望劇情可以更接近年輕人的思想
- 可以增加實體店面分布在不同的區域(北中南部)
- 增加購物平台(例如：增設專屬網站)
- 增設實體店面
- 增購拍攝器材
- 商品設計
- 人物戲偶設計