

gustav / January 17, 2010 07:40AM

[Re: 陳文茜「轉型」，下一步要拍環境紀錄片 / 商業周刊 2010.01.18](#)

令人期待的紀錄片！

HP / January 17, 2010 07:07AM

[陳文茜「轉型」，下一步要拍環境紀錄片 / 商業周刊 2010.01.18](#)

[商業周刊 第1156期](#) 2010-01-18 撰文者：林瑩秋

<http://www.businessweekly.com.tw/webarticle.php?id=38989>

為台灣量身訂做的第一部環境紀錄片，得到藝文界多位「熟手」、七位企業家出資贊助，未演先轟動，是陳文茜「轉型」的代表作。

打開電視，看到了一段特殊的新聞影片——媒體名人陳文茜深入鴻海王國指揮總部，貼身採訪鴻海董事長郭台銘二十四小時。

郭台銘的辦公室裡擺了許多個立架，每個立架上都掛滿海報大小的壁報紙，寫著部門的計畫和進度。

這是鴻海各領域將領所立的「軍令狀」，一張張往上疊，每位主管做過的承諾，白紙黑字擦不掉也賴不掉，上面還有郭台銘的批示，全部蒐羅在他辦公室裡，隨時可以翻閱。

透過鏡頭，郭台銘親自說明他如何發號施令、指揮調度、培訓幹部、教育員工，甚至連鴻海與IBM合作的溫室氣體檢驗室、奈米研究中心都開放拍攝，業務機密全都露。

據參與者透露，鴻海的高階主管看到企業機密大公開都很不安，但老闆居然連「保密協定」都沒要求陳文茜簽。

被新聞界公認「不容易被說服」的郭台銘，竟然會如此聽任陳文茜擺布；背後，是一個名女人，加上七個集團總市值近三兆元的科技企業家，共譜「環境變奏曲」的故事。

八八水災區子弟 張明正、蔡明介先後參與

去年，在八八水災那段期間，有一天，中天電視總經理廖福順和陳文茜聊起氣候異常問題，鼓吹她去拍成影片，說電視台會全力協助。陳文茜動了念，「我要拍一部連小學六年級生都看得懂的環境紀錄片，不想拍科技災難片嚇大家，」她說。

這部名為《±2度C—台灣必須面對的真相》的影片，是繼美國《不願面對的真相》、英國《愚蠢的年代》、《暖化的真相》、法國《拯救地球》等全球暖化紀錄片後，第一部為台灣量身訂做的環境紀錄片。

有了想法，陳文茜開始編織人脈找資源。首先，因為屏東是八八水災的重災區，她腦海浮現「張明正（趨勢科技董事長）是屏東子弟」的印象，而找了好友、張明正的太太陳怡蓁商量。

張明正覺得這是個好點子，二話不說，一口承諾全數出資；但陳文茜希望擴大企業參與，只要他捐兩百萬元。

張明正便把另一個屏東人、聯發科董事長蔡明介拉進來。

蔡明介一聽，覺得「除非我們自救，不然不會有人告訴我們問題有多嚴重，」願意共襄盛舉。陳文茜和蔡明介原本並不熟，陳文茜為此還請蔡明介與張明正吃飯，答謝兩位屏東人義助。

科技業環保先鋒 郭台銘、施崇棠等都點頭

同時，陳文茜也打電話找舊識廣達董事長林百里，告知他這個構想，林百里點頭捐錢，並自動請纓打電話找科技界的「環保先鋒」、台達電董事長鄭崇華。直到紀錄片發布的記者會上，陳文茜、鄭崇華才第一次見面。

此外，陳文茜知道鴻海與華碩做了一些節能減碳的措施，自己打電話遊說郭台銘與施崇棠，得到善意回應，也促成郭

台銘後來願意開放總部讓陳文茜長驅直入。

而這一部紀錄片的製片人——偉太廣告董事長孫大偉，曾幫裕隆新款電動車拍了兩支廣告，與裕隆董事長嚴凱泰合作愉快，嚴凱泰獲悉陳文茜的計畫後，也加入捐款行列。

重量級製作團隊 孫大偉製片、幾米作插畫

於是，七位不愛拋頭露臉，更不曾集體登台為同個議題公開背書的企業大老闆們，每人花了兩百萬元，把他們的「第一次」，給了陳文茜。

過去是民進黨選舉募款「搖錢樹」的陳文茜，找錢對她絕非難事，但有資金之後，臨到執行時，她才發現做電視節目和拍紀錄片根本是兩回事，只好委請好朋友孫大偉統籌整合所有人力和物力。

孫大偉在帶著家人去北京旅遊的途中，接到陳文茜電話，對於這個天上掉下來的任務，孫大偉形容是「自找麻煩」。但他知道陳文茜的行事風格，需要有人幫助，加上他做過一些不環保的商品行銷，帶著「贖罪」，及挑戰拍紀錄片的「嚐鮮」心情，答應下來。

不過，最重要的，還是孫大偉認同這個議題的確已經嚴重到迫在眉睫的地步。「我在宜蘭有一塊農田，委託人家幫我耕種。以前種稻，我可以分到米，但去年宜蘭淹大水後，我開始分到魚……，」孫大偉說。

插畫家幾米也願意義務幫紀錄片作畫，用他一貫淡淡哀愁的筆法，為台灣沉痛的環境問題留下紀錄。在過去的合作經驗中，幾米眼中的孫大偉是「凶惡」的，但這次孫大偉重組幾米的作品，放進紀錄片，再加上配樂，居然讓幾米看完也紅了眼眶。

有孫大偉製片、陳文茜撰稿、蔣勳口白、幾米插畫，加上七位超級代言人，讓這部紀錄片未演先轟動。

金主得負責宣導 並找來嚴長壽做東部宣傳

妙的是，就像選舉劃分輔選責任區一般，陳文茜還為出資大老闆分配了宣導的責任區，並將「徵召」嚴長壽負責東台灣的宣傳工作。

自美國返台十餘年，陳文茜每隔一段時間，總是能創造出新話題，引領風騷，帶動政治或社會的流行。

台灣第一次總統民選時，從事婦女運動的她，鼓吹「女總統」思潮。當民進黨文宣部主任時，她辦「green party (綠色派對)」、成立「辣妹助選團」，把硬邦邦的政治動員弄得有如嘉年華會，走出民進黨的悲情基調。當時，媒體封她為「建國妖姬」。

之後，她跟隨兩位民進黨前主席許信良、施明德的腳步，和民進黨分道揚鑿，進而得到國民黨前主席連戰、親民黨前主席宋楚瑜的重用，成為「連宋配」選總統的重要策士，也把暮氣沉沉的國、親兩黨打扮得花枝招展。

透過陳文茜的「綠化工程」，國民黨學會不少民進黨的選舉伎倆，但因三黨四位主席之後都陸續走下坡，輿論又說陳文茜是「黨主席殺手」。

百變陳文茜，轉進媒體當主持人、名嘴，把當立委那一套打弊問政模式搬上螢幕，臧否政治人物，用力監督執政黨，做她的言論「小妹大」。

她也在另一個知識含量較高的節目《文茜世界週報》中，大幅報導中國商業動態，不少台灣人是透過她的視窗去認識中國，也讓她成為中國高幹眼中的重要意見領袖。據轉述，上海世博會的文宣標案，在尋找台灣合作對象時，就有上海市政府高官在會議中直接點名給陳文茜。

陳文茜的創意，吸睛、吸金能力超強，在台灣民主狂飆的年代，曾經讓她嘗到快速竄紅的滋味；她也打破了胸大無腦的性別偏見，巧妙的把她的聰明轉換成政治實力。

只是，高知名度伴隨著高爭議性，她的高調，不但使她一路無緣入朝為官，還竟都造化弄人地，把自己推到當權者的對立面；她曾經想當兩岸和平大使的願望，也沒有機會圓夢。

這一次，她登高一呼籌拍環境紀錄片，超越了紅、藍、綠的界線，也是她另一場「轉型」。

「我就住在陽明山紗帽山旁邊，說不定哪天山崩下來，我家就會變成小林村。八八水災後，台灣已經是第一批『氣候難民』了，我只想『活著』……。」陳文茜希望喚醒這代人把問題解決掉，不要留爛攤子給下一代，「我自己沒有小孩，這部紀錄片是送給台灣小孩的大禮物。」

曾經與陳文茜共事過的朋友透露，中時集團易主後，一度因為陳文茜的高度爭議，而成為非續約人選之一。但她的節目，收視率不差，也有固定的收視族群，最後才保住自己在電視圈的地位，只被迫停掉不斷「指教」馬政府的帶狀政論節目。

而今，她在紀錄片中找到熱情和成就，朋友很高興她又一次突圍，「柳暗花明又一村」。

一個備受全球矚目的「環境」議題，結合「台灣」這個要素，加上這部紀錄片對「企業形象」的提升，怎麼看，都是一個好點子。

陳文茜的文化創意、行銷與包裝手法，已經透過紀錄片的這個媒介，再度讓她變身成為「環保妖姬」了。

延伸閱讀：環保大戲背後金主 陳文茜拍攝紀錄片資金來源

鴻海董事長 郭台銘，出資200萬元

聯發科董事長 蔡明介，出資200萬元

華碩董事長 施崇棠，出資200萬元

廣達董事長 林百里，出資200萬元

台達電董事長 鄭崇華，出資200萬元

趨勢科技創辦人 張明正，出資200萬元

裕隆汽車董事長 嚴凱泰，出資200萬元