

臺中市政府 99 年度自行研究計畫
研究發展報告

縣市合併之文化創意、經濟與觀光產業之發展

服務單位：法制處

研究員姓名：程立民

研究日期：民國 99 年 2 月起至 99 年 8 月止

目錄

第一章 緒論	3
一、研究動機與緣起	3
二、研究目的與問題	4
三、研究方法與過程	5
(一) 研究方法	5
(二) 研究過程	5
四、研究範圍與限制	6
(一) 研究範圍	6
(二) 研究限制	6
第二章 理論及文獻探討	7
一、企業管理理論—創新管理	7
二、行政管理理論—服務型政府	10
三、行政法理論—行政計畫	11
第三章 臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業之評估	13
一、臺中市文化創意產業發展政策面之現況	13
二、臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業之規劃	19
三、臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業之方向	24
第四章 研究發現與建議	34
一、研究發現	34
二、研究建議	38
第五章 結語	40
參考文獻	41
附錄一 文化創意產業發展法	43
附錄二 數位內容產業及文化創意產業優惠貸款要點	47

縣市合併之文化創意、經濟與觀光產業之發展

第一章 緒論

一、 研究動機與緣起

臺中縣市將於民國 99 年底合併升格為直轄市，未來縣市合併後，勢必面臨縣市文化機關之文化設施與文化活動整合問題，例如縣市每年均舉辦年度大型文化觀光等活動。此外，代表地方特色之各個地方文化館、社區文化，以及古蹟與歷史建築等文化資產、藝文表演團體、展演平臺等，均需進行整併合作，亟需積極建構未來新臺中市之文化特色與發展目標，整合行銷帶動大臺中地區文化創意產業、經濟及地方觀光發展，俾落實「豐富文化內涵，行銷城市特色」之目標。

特別是在 99 年 2 月 3 日「文化創意產業發展法」公布後，提供政府及民間成文法上的作業依據，文化產業久已積蓄的能量即將迸發。作為中部地區發展龍頭的臺中市，未來將不受限於現有的區塊，輔以前開甫公佈之新法，更應該積極規劃，因應未來需要，透過這樣的利器，來促進經濟與觀光產業之發展。本研究的主題，也將集中在以文化創意產業發展法為探討核心，漸次外延地論述臺中地區經濟及觀光發展擘畫的方向，以提供日後市政的參考。

此外，鑒於以往地方自治團體升格直轄市，如台北、高雄二市，皆由原省轄市合併周邊鄉鎮而來，本次由臺中縣市兩個對等自治團體合併升格之情形，不僅相對複雜，且無前例可循，有關合併可能衍生的文化、經濟及觀光等層面問題，本研究將嘗試以法學、行政學及管理學等多角度觀察分析，透過「交叉火網」的方式，試圖提供未來發展上的建議。並參考大陸、英國等國外相關經驗，俾能縮短陣痛期，加速發展上的到位。

二、 研究目的與問題

本研究將分別以臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業三個構面分析現狀及限制，並透過上開分析尋求未來縣市合併後前揭構面下整體區域發展軸線及定位，研擬建構未來具有獨特文化特色內涵的新臺中市之發展政策。

本研究預期達到下列目的：

1. 了解臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業三個構面之現狀。
2. 分析並尋求未來縣市合併後前揭構面下整體區域發展軸線及定位。
3. 針對可能遭遇的困難提出建議，建構未來具有獨特文化特色內涵的新臺中市之發展政策，做為未來相關政策措施規劃及執行時之參考。

此外，有鑒於 99 年 2 月 3 日新頒布的「文化創意產業發展法」提供文創業者更多的空間，本研究也將併論在該法運作下，臺中市文化產業當前面臨的困境及問題，提出具體建議供未來臺中市文化產業可能的發展方向。然而，因為該法甫施行，運作上容有不足之處，本研究也嘗試找出該機制的優缺點，試圖在地化來促進大臺中地區經濟與觀光產業之發展。

三、 研究方法與過程

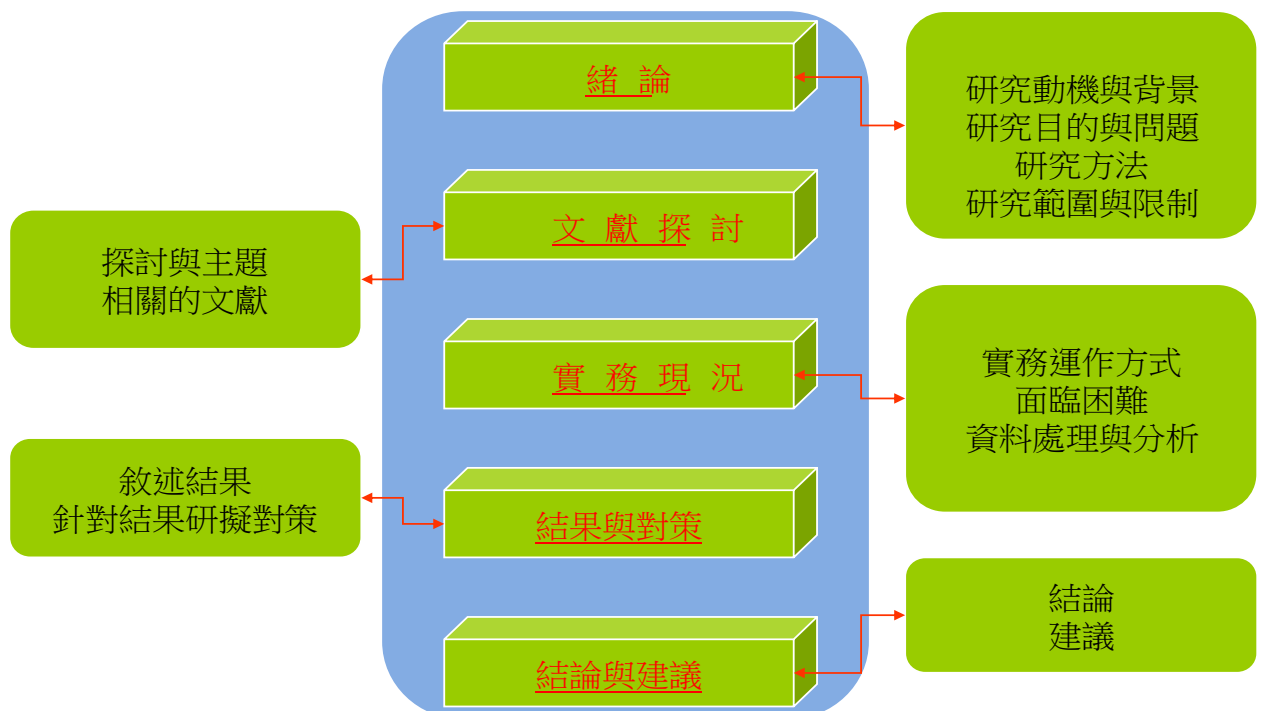
(一) 研究方法

在蒐集資料過程中，發現雖相關城市發展理論資料汗牛充棟，但針對運用台灣地區直轄市合併發展者，則甚為缺乏。本研究採質性研究方式，主要係以文獻分析法（literature analysis）及比較研究法（comparative method）為主。前者係針對相關文獻進行分析，並輔以內容分析法（content analysis），針對各種圖書、期刊、論文、報紙及公報等內容，有系統收集及分析。後者係參考其他類似機關之運用作法，比較異同，並佐以個案研究（case study）。

(二) 研究過程

本研究以下圖架構進行：

研究架構與內容



四、研究範圍與限制

(一) 研究範圍

本研究主要針對以臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業三個構面分析，輔以文化創意產業發展法為操作工具，試圖建立未來臺中都這方面發展的藍圖。然而，這三大構面牽連層面甚廣，為免研究散射，本研究主要析論三者交集之處，非三者聯集處。此外，本研究重點係針對臺中市在既有的基礎上向未來的發展，故有關歷史性、回顧性的議題將限縮，且尚不論及臺中縣部份，俾與其它有關上開方面的文獻加以區別。

(二) 研究限制

囿於筆者所學限制（大學習法，碩、博班分習公共行政及管理學），本研究之操作以質性研究為主，特別著重在法學、行政學及管理學這三方面角度的觀察，透過跨學科（interdisciplinary）的研究方式，突破傳統研究上侷限一學的限制；然而，相反的來說，上開的研究途徑，也缺乏了量化的分析，未盡能提供當下臺中市所面臨的問題及數據資料。

此外，文化創意產業作為產業一環，與其它產業非涇渭分明，在定義及定位上，仍有模糊地帶。近來雖已漸有相關研究之學術論文被學界提出，然對於與經濟及地方觀光產業等層面關係之研究尚仍缺乏，遑論針對臺中地區者。筆者雖透過前述研究方法，並藉公共政策、企業管理及行政法學等諸般理論進行研究，然在研究過程中，囿於筆者公務有限時間與能力等因素，仍多所不足，未能全面觀照。而且，所引述的外國經驗，是否能得以直接移植、使用，仍需考量民風及社會環境等因為，容待相當時間觀察。

第二章 理論及文獻探討

在首章筆者已陳明本研究之研究取徑，在汗牛充棟的文獻當中，要尋找適合本研究取徑的分析理論，且能符合文化創意產業的層面者，筆者費盡心思。爰分述如下，期能提供進一步的思考：

一、企業管理理論—創新管理

在創新管理理論中，筆者係引介加州柏克萊大學哈斯商學院開放式創新研究中心主任 Henry Chesbrough，在「開放式經營—創新獲利新典範」一書所提出之「創新中介服務平台經營模式」理論。該理論是由開放式創新（Open Innovation）概念所衍生出來的一種經營模式，在國外，創新中介服務平台正蓬勃發展中；國內則尚無經營實例，學術界對之亦少有研究。以下透過本研究，將有助於提供榮服處未來在建構中介服務平台時參考。

開放式創新與封閉式創新不同，開放（Open）乃相對於封閉（Closed）狀態而言，到底要開放什麼？包括開放企業邊界（Enterprise Boundary）、開放經營心態與開放商業模式（Business Model）。表一¹為開放式創新與封閉式創新比較表，包括人員、研發內容、商品化、競爭心態與整體流程。基本上，開放就是從新界定（Define）企業競爭邊界，以整合者（Integrator）角度而非以擁有者（Owner）角度將創新推到市場上，並從市場取得商品化報酬。

表一、開放式創新與封閉式創新比較表

Closed innovation Principles (封閉式創新)	Open innovation Principles (開放式創新)
The smart people in our field work for us. (人員)	Not all the smart people work for us. We need to work with smart people inside and outside our company.

¹ 引自財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心資訊服務處
http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/pclass/2008/pclass_08_A018.htm

To profit from R&D, we must discover it, develop it and ship it ourselves. (研發)	External R&D can create significant value; internal R&D is needed to claim some portion of that value.
If we discover it ourselves, we will get it to market first. (商品化)	We don't have to originate the research to profit from it.
The company that gets an innovation to market first will win. (競爭心態)	Building a better business model is better than getting to market first.
If we create the most and the best ideas in the industry, we will win. (競爭心態)	If we make the best use of internal and external ideas, we will win.
We should control our innovation process, so that our competitors don't profit from our ideas. (流程)	We should profit from others' use of our innovation project, and we should buy others' IP whenever it advances our own business model.
Source: 科技政策研究與資訊中心, STPI, 2007/12.	

而創新中介服務平台經營模式有三種角色涉入，分別為顧客、創新中介服務平台及解決方案供應者。其經營上的意涵為由服務中介提供平台功能，以利顧客及解決方案供應者雙方於其中交易發生。創新中介服務平台運用互補資源及夥伴關係，以專業化及網絡聯結為核心競爭能力，協同顧客創新，透過搜尋、過濾、分類、強化、整合及儲存創新概念，創造出價值並傳遞價值。在許多世界級的大企業，如 Eli Lilly、P&G、Intel 等，都已經開始著手將企業中若干比例的產品創新，透過全球聯結的開放式創新平台以徵求外部的創意及創新的研發提案，且已獲得不錯的成效。同時創新服務中介可以協助企業尋找外部技術，所以當企業在投入大量資源重新設計內部流程之前，應可先嘗試借助於創新服務中介。

Henry Chesbrough 教授在「開放式經營—創新獲利新典範」²一書認為，經營模式是把創意與技術轉化為經濟價值的必要機制，具有下列六項功能，包括：（1）闡明價值主張（Value Proposition）：價值

² 原名 Open Business Models——How to Thrive in the New Innovation Landscape，譯者李芳齡，天下雜誌 2007 年 09 月 26 日出版。

提案亦即以技術來為顧客創造價值；（2）辨識市場區隔（Market Segment）：區隔市場亦即區隔出對顧客有用的技術及使用用途；（3）定義價值鏈架構（Value Chain）：定義出創造及分配供給，並決定出可支持企業在此價值鏈位置上，互補性資產之企業價值鏈架構；（4）營收產生機制（Revenue Generation Mechanisms）：為了在設定之價值提案同時在選定的價值鏈之下，明定出企業收益產生機制及決定成本結構，以評估目標邊際生產供給；（5）價值網絡定位（Value Network）：描述企業在聯結供應商與顧客價值網位置，包含潛在互補企業及其競爭者；（6）制定競爭策略（Competitive Strategy）：形成創新企業競爭策略以贏過競爭者優勢。Chesbrough 進一步認為，若能結合外部夥伴共同創新，可達成較佳的創新效果，例如：透過外部策略夥伴，企業較能了解顧客需求，創造出更具市場競爭力的產品。

創新服務中介的類型有代理人、中間人及交易媒合者等角色代理人，在其選擇的專長領域具備廣泛的市場資訊，方能向客戶提出交易的最佳建議。代理人把客戶的創意或對創意的需求帶到市場之前，必須先和客戶協商使客戶的期望訂在務實範圍內，優良的代理人還必須培養誠實與公平交易的聲譽，以避免交易對手拒絕和他們打交道。中間人和交易媒合者的角色，則是試圖撮合買賣雙方以完成交易，協助設計交易條件，有時甚至介入交易過程以協助撮合，投資銀行或交易中心，它們也同要需要建立廣泛的市場知識與良好聲譽，不僅要對客戶忠誠，還必須關切交易發生的環境。

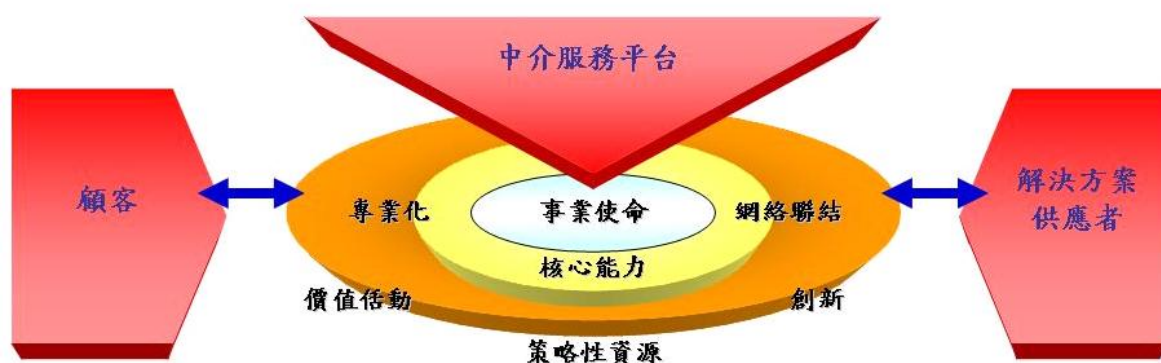


圖1 中介服務平台示意圖

對臺中市的文化創意產業而言，可以延伸這樣的概念，業者可以

先專注於自身的條件及能力，進而賦予將本身的特色；此外，文化局方面，可以做好資源整合的角色，尤其是擔任起中介服務平台的功能，適能透過上開理論轉化為前進的動力。然而，前提要先培養平台人員之專業知能、清楚認識服務宗旨及使命，並有效連結前後鏈，此節恐仍待相當努力。

二、行政管理理論—服務型政府

行政管理學對公共行政模式大體可以歸納為三種類型：統治行政、管制行政和服務行政。服務行政是行政模式的人性回歸，服務行政的轉換不僅僅是制度或規制方面的調整改變，這種轉換對行政文化也提出了直接的訴求（葛荃、韓瑩瑩，2006，P. 93-96）。對於政府而言，服務行政是對政府責任在社會與公眾服務方面的一種表述，在服務二字的背後，強調的是政府在社會與公眾服務方面的主體性和不可替代性，凸顯的是政府的責任感。對於一般社會民眾來說，服務行政與他們的社會地位和政治身份是相互對應的，作為公民或納稅人，他們要求自身的基本權利和尊嚴得到確實的實現和真實的尊重。從這個意義上說，公正、公平、公開就成了服務行政的基本要求，也構成了服務型行政文化的價值內涵和建構行政規制的依據。

服務型政府是市場邏輯的必然要求。從 20 世紀 80 年代以來，西方各主要國家相繼開始了大規模的政府再造運動，以建立企業型服務政府。政府角色的嬗變，體現了行政實踐模式和行政觀念的徹底轉型。2008 年的新政府刻正進行了政府角色和職能的轉變，確立了服務行政的雛形，並正向縱深發展³。政府在步入服務角色之後，如何提升政府服務力成為構建服務型政府的關鍵。政府服務力既包括政府部門的外顯行為，也包括公民對政府行為在心理上的內隱反應。作為一個有機整體，政府服務力指標可以使政府服務力得到全面、系統、

³ 2008/7/16 中央社副總統蕭萬長表示，建立「服務型政府」是提升國家競爭力的起點；他期勉各級政府機關運用資訊科技，發揮創新精神，形塑一個「服務型政府」，並利用「資訊科技(IT)」和「創新」，突破困境、展布新局

科學的反映。有效地實現服務行政，政府確立並踐行服務理念固然重要，但同時還需要注意政府角色的梳理和調適，注意政府工作人員的角色領悟和角色表演。只有從質和量多個維度上提升政府服務力，才能在深層次上提高服務行政的水準。

在「文化創意產業發展法」三讀通過後，文化行政機關不能再以「主管機關」的高位自居，應該思考服務型政府的意義，貫徹上述理念，並將之深化於其業務作為，如此才能在新的格局下樹立成果，與時俱進。

三、行政法理論—行政計畫

行政計畫之定義，原本人言殊，通說為行政機關之計畫行為(劉宗德，1991，P74-)。然在行政程序法第 163 條明文規定後已有定論：「本法所稱行政計畫，係指行政機關為將來一定期限內達成特定之目的或實現一定之構想，事前就達成該目的或實現該構想有關之方法、步驟或措施等所為之設計與規劃。」。在分類上，依不同的分類方法可區分如下(程立民，2001，P38-39；王浦傑，2002，P42-58；羅傳賢，2003，P81-89)：(一)依內容區分，可分為財政計畫、空間計畫、發展及需求計畫(二)依拘束力區分，可分為說明式計畫、命令式計畫、誘導式計畫。本研究所關注的文化創意、經濟與觀光產業之發展，在計畫分類上，係屬於前述之發展及需求計畫或誘導式計畫之範疇。

尤其是未來臺中縣市升格後，若在規劃上，擬朝設置「文化創意產業發展專區」的話，則在政策上，現在就應該著手妥為規劃。依學者見解(林騰鵠，2010，P34)，應履行下列程序：

1. 擬定計畫之提出。
2. 擬訂計畫之公開。
3. 聽證之預告。
4. 聽證之舉行。
5. 確定計畫之裁決。

6. 行政計畫之變更。

7. 行政計畫確定裁決之廢棄。

我國行政程序法第一六四條並未如德國行政程序法第七十二至七十八條對行政計畫確定程序有完整之規定，僅於該條第二項規定，「前項行政計畫之擬定、確定、修訂及廢棄之程序，由行政院另定之。」而所謂之「前項行政計畫」是指「有關一定地區土地之特定利用或重大公共設施之設置，涉及多數不同利益之人及多數不同行政機關權限者」之行政計畫，確定這些「計畫之裁決，應經公開及聽證程序，並得有集中事權之效果」。是以，未來在文化創意、經濟與觀光產業之發展與輔導上，未來的臺中直轄市應有高瞻遠矚的遠光，善盡前開程序，以臻完備。

第三章 臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業之評估

一、 臺中市文化創意產業發展政策面之現況

「文化創意產業發展法」雖於民國 99 年始通過，惟實際上早已係各縣市政府文化局所戮力執行推廣的政策。尤其是在該法通過後，更是如虎添翼，賦予各地方文化機關法源依據，俾同時提升經濟及地方觀光產業的發展。

臺中市這方面的推展，亦同樣係文化局所主政，在其網頁上，詳列其未來展望⁴如下：

- 一、 整合文化局圖書館與八區圖書館資源，建立一完整書目資料庫，並且將建立文化局專屬網站，提供民眾於網路上查詢臺中市更深入的藝文資訊及圖書檢索等服務。
- 二、 計畫性、系統性出版地方文史書籍，提供多元化文學館藏及推廣活動。
- 三、 持續辦理文學研習活動，提升民眾對文學閱讀、創作、研究的興趣。
- 四、 對本市國小、國中、高中職、大專院校相關科系、社團引導其認識專業劇場，並安排演出，以提昇水準。
- 五、 將精緻與傳統文化推廣至街頭及各屯區，落實文化普及各地。
- 六、 促進國際文化交流，心得交換，提昇文化水準。
- 七、 運用社會資源，結合民間社團、公益團體，協助基層文化活動的推展，以濟人力、經費之不足；建立文化義工制度，鼓勵民眾參與。
- 八、 落實本土文化、加強蒐集地方文史資料。

⁴ http://www.tccgc.gov.tw/01_about/a01_01.asp

九、營造本市藝術環境，提昇市民生活水準。

其中第五至第九項，即攸關文化創意、經濟及地方觀光產業之層面，雖然抽象，但已賦予文化行政機關此項空間。然而，要實際運用，卻可能有段摸索期。其中最主要的關鍵，還是在「文化創意產業發展法」。

「文化創意產業發展法」最早是前行政院長游錫堃內閣「挑戰2008 國發計畫」所提出的概念。文創產業的名稱是台灣官方定名，然在各國的定義均不同，有稱為文化產業、創意產業⁵者，亦有稱為內容產業者等。文創產業發展計畫之制定目的，是希望透過政府提供整合性的輔導及補助，協助台灣的藝文產業與創意產業得以蓬勃發展。2008 年馬總統上任後，更視文創產業為馬政府積極輔導的「六大新興產業」之一，提出「文化總統」的概念⁶。當時的文建會的政策取向是這樣地敘述「一年內成立文化觀光部並完成文化創意產業法立法，四年內將文化預算從 1.3%提高至總預算的 4%；提撥 300 億成立觀光發展基金，開放大陸觀光客來台，發展醫療觀光、文化觀光；成立文化創意產業研發中心、發展文創產業；成立台灣電影中心、設台灣獎、文化外交基金，輸出台灣價值。」⁷。

然而，在目前「文化創意產業發展法」通過後，其實在文創產業及文化人士眼中，並不那麼「看好」（張世文，2010，P32）。許多藝文團體及文化人士對一部文創根本大法的內容，有些不同的批評，如學者國立台藝大設計學院院長林榮泰認為「文化創意產業發展法的精神仍舊是『做大』，沒有抓到文創貴在多元、美在差異的特質」⁸。特別是一開始其實是由經濟部作為文化創意產業的統合機關，在當初設計上發生一些格格不入的狀況。論者以為，「其實有些文化事業是無法也不應該產業化的，這些所謂的『文化事業』，應改定位在政府補助及輔導發展作為整體機制，產業化反而讓這些文化

⁵ 2001 年英國「文化、媒體與運動部」(DCMS) 對「創意產業」的定義：「發端自個人創意、技術與天賦，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力的產業 (those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property)」。

⁶ <http://mypaper.pchome.com.tw/souj/post/1307130969>

⁷ 文建會「創意台灣--文化創意產業發展方案行動計畫 98-102 年核定本」。

⁸ 中國時報 99 年 3 月 16 日 A5 版「只想做大 文創法抓不住產業亮點」。

事業造成發展的困境」(張世文, 2010, P33)。

回頭看看臺中市,對於「文化創意產業發展法」的回應在哪裡?據統計,文創產業在台北都會區的集中度高達六成以上,加上台北縣可能超過八成(沈婉玉, 2010, P33)。扣掉大台北地區,其他臺灣地區文創產業所佔比例不及兩成,臺中市的文化創意產業要如何殺除重圍?電影?流行音樂?戲劇?...

所幸臺中市文化局在 99 年七月間,已透過公開招標方式,針對「推動中臺灣文創產業—進行文化創意產業基礎研究」議題進行委託研究⁹。在專家學者的集體努力下,應該可以提出遠較本研究為深入的分析。在此之前,文化主管機關應該好好思考,臺中市的定位在哪裡?

依臺中市政府所公佈的「市長政見內容 六、文化教育篇—推動創意文化 落實優質教育」,未來的規劃如下:

1. 推動社區文化生活促進計劃,閒置空間(鐵道、公賣局酒廠)再造計劃。
2. 規劃臺中州廳發展博物館計畫,記載臺中市從建廳至今的點點滴滴,並以系統的沿革展示。
3. 臺灣藝術設計建築展演中心,整合國內優秀的人才,建立一個具有藝術、設計與建築的交流平臺,打造臺中舊酒廠化身為永久性的設計藝術展覽場所。
4. 校園網路及電腦教室更新,以建立完整、快速又安全的網路使用環境,創造優質的教學與學習效果。
5. 活化古蹟及歷史建築等文化資產,營造特色藝術文化空間。
6. 規劃臺中市文化景點導覽路線,增進市民對於家鄉風土之認識,促進文化休閒產業之發展。
7. 成立臺中市地方文化館家族,輔導各地方文化館永續經營。

⁹ 參臺中市文化局 99 年 7 月 16 日限制性招標(經公開評選或公開徵求)公告。

8. 持續推動與執行臺中大都會歌劇院及戶外圓形劇場等興建案，充實本市文化建設軟硬體設施。
9. 獎勵扶植臺中市傑出演藝團隊，培養優秀表演藝術人才與團隊。
10. 加強舉辦國際性、主題性及社區性文化活動，落實文化紮根，提昇城市形象，促進城市文化交流。
11. 成立兒童英語圖書中心，充實英語圖書館藏，培養兒童英語閱讀能力與國際觀。
12. 加強舉辦國際性藝文活動，促進與外國城市藝文之交流。
13. 建立 e 化服務，推動網路電子書，加強利用數位科技，打造優質閱讀空間。
14. 營造「圖書便利通」環境，充實圖書館實體與虛擬館藏，加強推動全民閱讀運動。
15. 加強社區總體營造，凝聚社區意識，促進社區發展。
16. 塑造優質學習環境，繼續籌設新學校如文小 79（中科旁國小）、文小 61（惠來國小）、文小 58（長安國小）、文中 50（中科旁國中）、文中 52（文山地區國中）、文中 35（長安國小旁）及協和國小分班及增建教室，紓解學校增班壓力。
17. 規劃分年進行老舊校舍整建，如居仁、雙十、東峰、北新國中及省三、國光、和平、大鵬、泰安等，對無增班壓力之學校，其老舊校舍於鑑定後，依程序予以報廢拆除，並視將來增班情形再整體規劃增建。
18. 培養學生宏觀視野，提升學生英語能力，落實英語教學向下紮根，持續引進外籍合格教師，投入中小學英語協同教學，繼續推動本市國小英語教學向下延伸實驗計畫，帶動全市國小英語學習

風氣，充實英語教學資源網站，建置E化學習平臺，打造前瞻性資訊教育，建立優質資訊教學與學習環境。

19. 辦理姊妹市交換學生活動，每年暑假期中辦理交換學生活動，鼓勵學生參與國際活動，培養世界觀並加強與姊妹市友誼，以推動國民外交。
20. 全面推廣藝術與人文教育，涵養學生藝術人文氣息，落實執行本市藝術向下紮根實施計畫，培養學生一人一樂器專長，訂頒代表本市參加區域、全國或世界性之藝術及語文競賽績優學生頒發獎助學金。
21. 加強推動「一人一運動、一校一特色」，落實全民運動，廣增運動人口，規劃青年休閒，辦理青少年運動聯賽，培育績優選手，提昇競技實力，蘊育健康活潑生命力。
22. 持續重振臺中市體育雄風，推廣個人健身運動，提供市民完善之運動環境，爭取主辦各級體育競賽活動，持續力行健康、快樂、活力的新國民體育政策。
23. 重視弱勢族群教育，推展適性的特殊教育，提供三歲以上特教幼兒特殊教育服務，落實身心障礙學生鑑定安置教學輔導及轉銜服務，並提昇原住民教育及加強中輟生之輔導。
24. 鼓勵幼稚園結合社區，推動親子共讀，鼓勵私人興辦幼稚園，更新校園遊戲設施，改善兒童學習環境。
25. 營造終身學習社會，辦理社區大學，推展成人基本教育，辦理各項成人研習，原住民成人教育、全民上網電腦研習及觀光外語研習等，提升成人適應現代生活之基本知能，推動學習型組織。
26. 開放校園空間，增建學校學生活動中心，提供學生團隊及社區藝文展演之機會，並結合學校與社區藝文人士共同美化校園。

27. 臺中科技院校合併升格，加強學術與教育資源交流，持續整合臺中市大專院校，進行國際、城際、校際之競爭與文教活動交流。
28. 持續鼓勵教師學習進修，提升專業素養，選拔及表揚優良教師，重視教師退休福利制度及退休教師福利之保障。

其中關於文化創意產業部份，即使用最廣義的角度來看，28 項中略有 1、3、5-10、12、15 共 10 項可以納入這樣的範疇；精確一點來說，則僅有 3、6、8-10、12 共六項屬於文化創意產業部份。從這樣的規劃，可以發現未來將著重於演藝的方向，這幾年來臺中市的各種大型文化活動，也是朝這個方向來確認的。

如臺中市政府在 99 年 3 月 27-28 日兩天即邀請大陸名導張藝謀鳥巢版大型景觀歌舞劇「杜蘭朵公主」在臺中洲際棒球場演出，彼時造成一陣轟動。前文建會主委邱坤良教授撰文稱許¹⁰「胡市長會想到文化，應有其思考點，以往他的



文化活動新聞就常出現媒體。伊東豐雄設計的臺中大都會歌劇院，張藝謀豪華演出的杜蘭朵，及胎死腹中的畢爾包古根漢美術館都是他讓人印象深刻的代表作。藝文展演雖不能代表文化的全部，但其空間、型式與內容，卻最能顯現文化質感。一場展演從籌畫到執行，需要整合不同的藝術元素，也牽涉社群之間的連結，對在地文化能產生潛移默化的影響，其中劇場的軟體、硬體扮演重要的平台。胡市長主政下的臺中民眾參與藝文活動的魄力十足，可以花高票價觀賞國際表演團體演出，也可以專程到外地參與藝文盛會...」，肯定目前的發展方向。

然而，對於這樣類型的規劃，知名導演王正方博士也有如下批評¹¹「如果臺中市如願演出了張版『杜蘭朵』，這是該劇首次在大陸以外地區演出。『藝壇盛事』怎麼在歐美地區找不到演出機會？行家

¹⁰中國時報 99 年 6 月 30 日 A16 版「臺中拼文化 首應劇場扎根」。

¹¹中國時報 99 年 3 月 14 日旺來報 5 版「用中國餐具吃牛排」。

尚未鑑定認可？花在佈景、服裝、臨時演員的經費太不成比例？都有可能。更因為是臺中市政府不識貨，一心要與國際接軌，好大喜功，出個鋒頭。雖然要花費六億台幣，宣傳起來肯定轟動，是打響政績的不二法門，和發展文化距離頗遠。臺中市曾舉辦過帕瓦洛蒂（Pavarotti）演唱會，那是帕天王一生最差勁的表演。當時帕老已經病重，可能是為了鈔票勉力為之。他坐在高凳子上，全場說話的時間較多。音階高的唱腔由身旁的女高音代勞，老先生只淺唱低吟而已。還是頗為轟動，台灣觀眾終於一睹他的風采。就事論事，演場會熱鬧有之，那天帕老的絕活一點沒露。臺中市搞這類活動，好像滿得心應手的。一心想在藝術上有所突破，其志可嘉。中西文化互相撞擊，有可能爆出絢麗的火花。但是藝術家必須刻苦鑽研，浸淫在兩種以上的文化中不知多少歲月，方才得到些融會貫通的消息。形式上硬搞個急就章，乒乒乓乓一場熱鬧，中國盤碗上牛排大餐，或許有它的商業賣點，但是人們品嚐的還是牛排。最能打入國際領域的藝術，反而是最最鄉土、火候純青的作品。它超越了語言、習俗、表演形式的限制，直指人心。藝謀如果能繼續秉持昔日對鄉土作品的執著，深入鑽研，說不定早就更上一層樓了。現在他端出來的東西，究竟算那一號呢？台灣多年來在藝術文化上最為失落。先是崇洋媚外，唱洋歌、看好萊塢電影，然後哈日劇、哈韓劇，於今又刮起了哈大陸之風。官做的大並不會因此而提升個人的文化素養，大手筆敦請耗資一億二千萬人民幣的『杜蘭朵公主』歌劇跨海演出，就能提高臺中市在國際上的能見度，增強該市的文化素質？」。

二、臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業之規劃

承前述，王正方博士進一步主張「六億新台幣可以扶植多少部台灣年輕導演的製作、贊助多少場本土劇團現代劇和傳統劇的演出！台灣的文化發展，最重要的是深耕地方，大量、長期投資在年輕人身上，以觀後效。文化事業從來就沒有速成的事，它不是放跨年焰火，只圖個眼花撩亂。特別應該注重傳統劇種的維護與培養，從根上下功夫栽

培，才能盼望到果實纍纍。」¹²，邱前主委也批評¹³「然而，在臺中貌似蓬勃的展演，都偏好外來的、路過的活動，演完拆台，立即回歸平靜。臺中地區雖有不少優秀的藝術家，但具份量的表演團體不多，十數所大學亦無一個劇場或戲劇系所，看不到表演藝術人才培育管道，也看不到大臺中歌劇院應有的配套措施，讓人擔心臺中市未來的演出結構，以及大劇院的經營方向。」。這樣的憂慮非無的放矢，值得主管機關預加因應。特別是後者，也攸關目前的教育政策，主政者應納其雅言妥善規劃。

比較一下，看看其他縣市是怎樣的企圖。立法委員賴清德表示¹⁴「文化產業的發展，紮根於歷史、文化與生活中，有相當的特殊性，台南身為台灣政治、經濟中心長達 200 餘年，留下豐沛的文化歷史資產，富有相當豐富的文化內涵和歷史意義，相較於其他都市，在文化創意產業上具有相當的優勢；同時，大台南地區有三十多個藝術或設計科系等學術資源，若能有效結合這些文化人才，由政府利用相關法令，協助發展文化資產和科技創意的交流平台，憑藉這大台南在歷史、文化資產和學術資源等得天獨厚的環境，一定可以讓文化創意產業在大台南地區生根。未來，除可帶動台南經濟發展、開發觀光人潮、創造就業機會外，進而能將台南與台灣特色發揚光大，甚至將台南特有文化發送至國際，讓台南成為文灣的文化首都」。

把上述的「台南」改為「臺中」，應該也是可以同樣適用。再看看台北市，原文化局長李永萍擔任副市長後，在郝龍斌市長支持下，成立「文化產業發展委員會」及「台北文化設施發展基金」，並輔導「台北市文化基金會」轉型策辦重大藝文節慶與營造重要藝文會所。此外，有鑒於許多文創業者都是藝文創作背景，欠缺經營的資訊與能力，且不同類型的文創產業所遇到的困難也不同，台北市政府規劃成立單一窗口，專門來受理文創業者的各項申請案，來解決業者諸如經費申請計畫、還款計畫、製作財務會計報表等問題。台北市政府並與中小企業信保基金合作，替業者解決作保等相關問題，直到貸款申請

¹²中國時報 99 年 3 月 14 日旺來報 5 版「用中國餐具吃牛排」。

¹³中國時報 99 年 6 月 30 日 A16 版「臺中拼文化 首應劇場扎根」。

¹⁴賴清德醫師無名小站 www.wretch.cc/blog/laichingte/24292333

下來為止。李永萍表示¹⁵「最重要的就是錢跟人要儘速到位。除了國發基金的投資之外，過去既有的各種政策優惠貸款機制，也不必耗費時日另立，只要成立介面形的服務平台，整合各項資源與資訊即可」。

此即本研究在前章所提的服務型政府理論及創新中介服務平台之旨趣。做為中台灣的龍頭，文化主管機關應有宏觀的遠見，試圖擘畫出未來的願景「超南趕北」。揆諸「臺中市文化局 99 年度施政計畫」的前三大年度施政目標¹⁶：

一、推展國際文化交流

持續辦理國際性視覺藝術及表演藝術活動，包括擴大辦理大墩美展、大墩美展交流展及臺中閃亮文化季，積極邀請國內外藝術家及優秀表演團隊來台交流觀摩，開拓市民藝術欣賞視野及促進國際文化交流。

二、開拓展演空間，營造人文藝術

持續辦理臺中大都會歌劇院興建安，本案訂於 98 年 9 月辦理主體工程招標，並於 102 年興建完成；未來將是一座舒適、美觀又兼顧環保的綠建築，更是一流的表演場所，成為臺灣表演藝術界的新里程碑。此外，水湳經貿園區「城市文化園區」專案中，將規劃建設市立圖書館、市立美術館及城市博物館，展現本市人文特色並保存城市歷史軌跡。

三、推廣藝術教育，普化藝文活動

積極辦理各項展覽，推廣藝術欣賞及美學教育；鼓勵藝術工作者，致力藝術文化之研究與創作，形塑文化藝術特色；發展國際藝術合作，促進文化交流，拓展國內美術人士視野，提升我國藝術水準與國際知名度，接軌國際。

雖容能顯現企圖心，然欠缺具體措施，更乏對文化創意產業的配套措施。文建會邱前主委坤良教授指出¹⁷「文化創意誠然重要，產業發展更攸關國計民生，但文化如同教育，是立國精神所繫，有其核心

¹⁵新新聞 1199 期，P55

¹⁶該計畫 P22-2

¹⁷中國時報 99 年 6 月 2 日 A16 版「寶島大劇場—文創產業的口號別喊過頭了」。

價值與發展脈絡。文創產業所指涉內容與產值，都從『文化』本質發揮經濟效益。換言之，文化部門的核心業務並非文化創意產業，而是以『文化』內涵作主軸，執行保存、傳承文化資產，鼓勵藝術、文學創作，提昇國民人文素質的施政計畫。舉凡食衣住行與空間的生活文化、藝術展演與信仰禮儀，都由此開展，並產生人文科技與經濟活動。有歷史人文意義的古蹟、遺址、藝術活動與自然景觀，即為觀光產業實質內涵；具深厚文化基礎與人才養成管道，設計、電影、出版、工藝、表演藝術、數位內容等產業就會生生不息。」，其他縣市雖有良善作法，重點是吾人確能借鏡並發揚既有特色。若在地文化欠缺所規劃方向的土壤，日後容可能淪為畫大餅的空洞。

作為領導機關的文建會，是否也有這樣的體認？論者¹⁸頗不以為然「長期以來，政府的文化部門對產業的認識很淺薄，產業部門則沒有文化頭腦，當自己還在摸索學習中，完全來不及準備之下，又該如何著手協助輔導文創業者？」、「其實文創法大部分條文皆為政策就可以做的事項，之所以制訂成法律，正是反映了民間對政府的期待，光有條文骨架還不夠，必須要有完善政策的血肉配合，還可能牽涉到政府組織改造等問題，這些都需要中央拿出魄力來」。

在 99 年 8 月 11 日，文建會與台灣文創旗艦聯盟共同為「華山創意文化園區文化創意產業旗艦中心 BOT 案」進行簽約儀式。此案總投資額約 20 億元，3 年內落成啟用，目標是打造一個推動台灣文創業跨界結盟的重點基地。文建會主委盛治仁指出¹⁹「台灣文創旗艦中心的成立對於文建會在推動文化創意產業上是個重要里程碑，讓華山扮演『領頭羊』的角色，成為台灣文創業的示範園區；加上今年《文創法》的通過、11 月將舉辦的第 1 屆文創博覽會，諸多相關活動措施將陸續推出，希望匯集各地力量，共同推動台灣文創業的蓬勃發展。但他也特別強調，文創產業旗艦中心的定位是創意工廠而非商辦大樓，未來會維持 7 成自主經營，招商比例不超過 3 成，希望在讓廠商獲利的同時能推動台灣文創發展，達到雙贏。」，可以看出文建會在文創法通過後總算拿出初步的魄力。透過這則新聞，臺中市政府是

¹⁸ 新新聞 1199 期，P60。

¹⁹ http://cci.culture.tw/cci/cci/news2_detail.php?sn=4023

否有了規劃的借鏡方向？

位在臺中市復興路的「臺中創意文化園區」，也是行政院文化建設委員會文化資產總管理處籌備處所在地，近年來也帶動中部地區多項藝文活動(如 98 年與經濟部及臺中市政府共同主辦的「第七屆 2009 台灣設計博覽會」等)，深獲好評。臺中市政府在這樣的合作基礎上，應該已獲取良好的辦理經驗，從而能在未來獨立自主設計出符合在地的文化創意產業活動，對觀光產生磁吸效應。特別是未來即將於臺中縣合併下，更應考量該縣既有且特殊的文化活動(特別是宗教節慶活動²⁰)，來為自己的定位加分，進而推動經濟及地方觀光產業的發展。以下為學者 Allen, J. 所提出節慶活動參與者彼此關係，頗足參考：

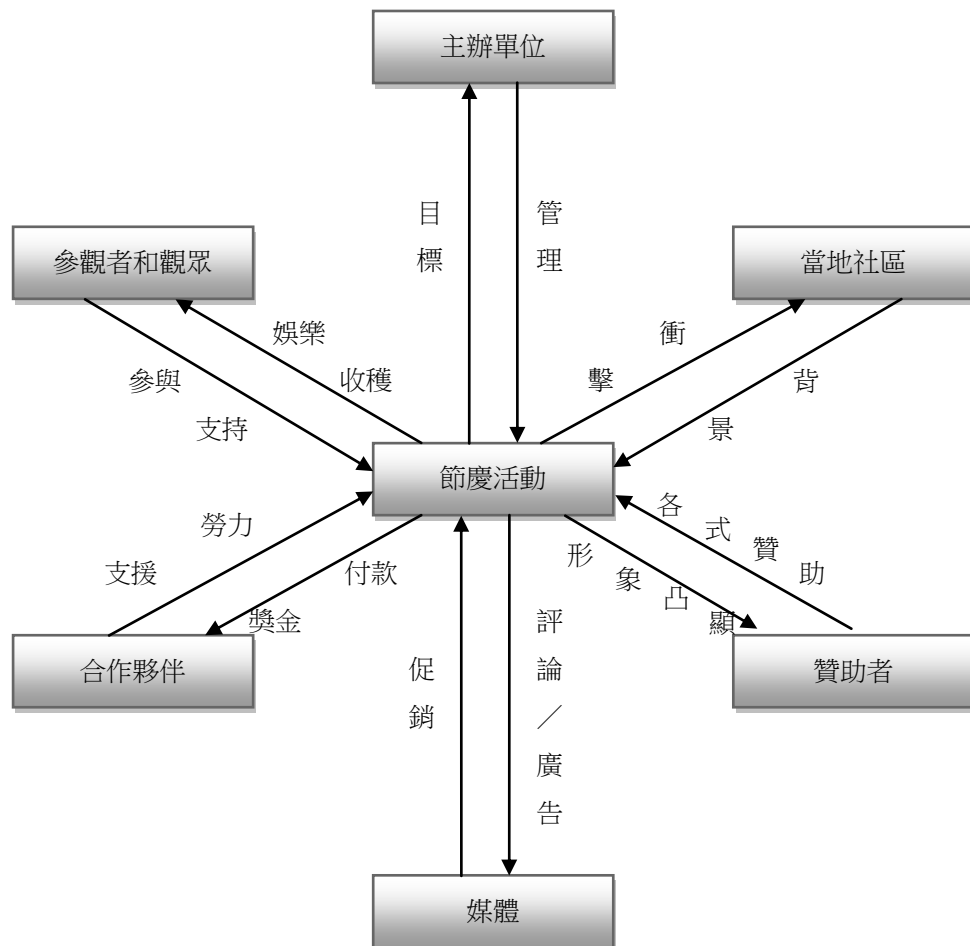


圖2 節慶活動參與者關係圖

²⁰ 如臺中縣大甲媽祖國際觀光文化節等，學術論文可參考「文化節慶產品層次之重要性與表現評估－以臺中縣大甲媽祖國際觀光文化節為例」，許鳳滿，國立臺北教育大學:文化產業學系暨藝文產業設計與經營碩士班 98 年畢業論文；「大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究」，胡育寧，國立臺北教育大學藝文產業設計與管理研究所 97 碩士論文。

三、臺中市文化創意、經濟及地方觀光產業之方向

文建會邱前主委坤良教授指出²¹「文化、經建部門或各級政府如能重視文創精神與文化附加價值，瞭解產業內容的不同屬性、生態及需求，則不論分幾類、由那個部門主導就不太重要。相反地，如果缺乏文化思維，就算編列巨額預算，搭建行銷通路，也事倍功半。近日政府經建、研考部門或許出於揣摩『上級』重視這個新興產業的美意，將文創產業套入愛台十二項建設、十大重點服務業、促進就業實施計畫等重大政策，文創產業愈加包山包海，難免多了空話與口號，對文創產業的推動恐造成干擾」，渠點出了目前中央及地方機關在文創法通過後摸著石頭過河的態度。作為中台灣產業聯盟龍頭的臺中市，應該擔負起領航者的角色，展現這方面的企圖心。

筆者曾謂「結合文化與觀光才是觀光創新發展的方向」(程立民，2002，P186)，學者也提出「文化是好生意」²²這個概念作為產業發展的方向。文建會邱前主委坤良教授進一步指出²³「在臺中成立劇場系所，只是教育部每年眾多系所增設案之一，卻是臺中落實文化政策的具體作為，攸關中部地區的戲劇創作與藝術資源整合。成立劇場系所需要一定的硬體設備與足夠的師資條件，所費不貲，胡市長以往常把『文化是門好生意』掛在嘴邊，照目前『創意產業』算法，這個系所很容易被評估『了錢』、沒有出路。但從另一個角度，藝術文化需要培育人才，也需要一步一步累積資源，劇場戲所有無限發展潛力與附加價值。」，已給予臺中市文化主管機關一盞明燈。

然而，臺中市未來文化產業規劃的方向不僅在此教育一端，更應該放射狀式地發揚於其他方向，此也是本研究努力之所在。特別是在與經濟及觀光產業的共同結合層面，亟賴有關部門集思廣益好好研究。

前亞都麗緻飯店總裁嚴長壽先生在「我所看見的未來」一書第一節開宗明義就主張「行銷台灣：文化是最大的加值」，並提到「台灣的文化中，有許多感動人的元素，不論加入宗教禪修的藝術創意，或

²¹中國時報 99 年 6 月 2 日 A16 版「寶島大劇場—文創產業的口號別喊過頭了」。

²²馮久玲，文化是好生意，臉譜出版社，2002 年。

²³中國時報 99 年 6 月 30 日 A16 版「臺中拼文化 首應劇場扎根」。

風靡華人地區的流行音樂，只要用新的眼光，了解市場的需求及自己的優勢，就能吸引更多深刻的觀光客，也贏得別人的尊敬。我始終覺得，文化與觀光有密切關係。想讓文化活絡起來，需要藉觀光活動來吸引大眾參與；而一個地方的觀光，也需要文化來提升它的深度和內涵。如果旅行到一個地方，只是吃吃喝喝，這樣的觀光價值很低，不會讓人感動，更不必說吸引旅客再次回來。」。

最能體現這樣的，就是臺中市胡志強市長的各項創意，如下述二例（程立民，2009，P5-8）：

（一）臺中市元宵燈會

2006 年臺中市要辦元宵燈會那年時為狗年，曾有某英國行銷團隊向胡市長建議，將手提燈籠應做成「台灣土狗」造型，符合台灣文化才有賣點。但胡市長想到，大部分手上提著燈籠的是小孩，因此他笑著婉拒「還是做成小孩愛的史努比狗造型比較實在」。這點子的發想，讓當年元宵手提燈籠，很快銷售一



空。延續這樣的「創意、活力、文化城」概念，2007 年臺中市元宵燈會再度利用迪士尼及小熊維尼家族皮傑豬的結合，以最少的經費創造 350 萬人次參觀人潮，也創造近 4 億元商機，是全台燈會活動中花費最少，效益最高的燈會。

（二）中部四縣市農特產及觀光行銷

此外，以臺中市長胡志強先生為首的「中台灣產業聯盟」四縣市首長（彰化縣長卓伯源、臺中市長胡志強以及臺中縣長黃仲生、南投縣長李朝卿）近年來為共同促銷中台灣農特產品及觀光，四縣市發揮團結的力量，希望讓國外及大陸地區對台灣中部地區能留下深刻印象，積極為中部地方的農特產品及觀光爭取多方展售機會。胡志強市長強調「市政如市場，市長如店長」、「推動市政，一定要有市場觀念

market economy」、「我做市長，臺中市一定要賺錢，不然我來幹什麼？」，主張整個中彰投(中市、中縣、彰化、南投)已經變成一個發展平台。「中台灣產業聯盟」在定期密切會議開會運作下，共同招商、出售農特產、合併宣傳，成果斐然，未來潛力不可忽視，團隊力量遠比個別縣市單打獨鬥個別發展效益更為良佳。



嚴長壽總裁在「我所看見的未來」一書「台灣的國際級規劃」乙節進一步強調²⁴「在我看來，臺中市是一個可以帶動中部觀光發展的關鍵城市。它交通發達，生活機能也非常健全。旅館數量充沛，特色餐廳也很多，從珍珠奶茶的發源地——春水堂，有小橋流水的中式庭園、國樂相伴的四合院餐廳——耕讀園、無為草堂，創意十足的水舞饌、五角船板，到洋溢時尚風的印月餐廳，還有五權西街沿路的特色餐廳。其它休閒活動活動也不少：週末美術館前各種音樂表演活動，各式各樣超大型養生、按摩、足療店，形形色色的夜生活，加上本來就非常知名的自然科學博物館；另外，還有預計 2009 年開幕、由日本名建築師伊東豐雄設計的臺中大歌劇院，臺中市已經具備國際大都會的雛型。」，雖然，大都會歌劇院尚未完工，但是在其他軟實力上，臺中市其實已經有良好的基礎，值得再發揚光大，帶動中臺灣地區的整體發展。特別是中彰快速道路及國道六號高速公路開通後，中部四縣市息息相關，若能建立套裝式接駁行程，由臺中市出發到鄰近縣市，如「臺中、日月潭、九族二日或三日遊」、「臺中、清境農場二日遊」，必能提升整個中部地區觀光發展（嚴長壽，2008，P144）。

這樣的建言，雖然是近三年前的事，對目前即將升格的臺中市，仍有適用的餘地，而非在升格後，發生學者所擔心鄉村地區空洞化的問題（蔡茂寅，2010，P212）。然而，要揉合文化與觀光二者，實有相當困難，遑論再結合經濟的構面，對這三種不同性質的公務人員在規劃上是嚴峻的挑戰。即便是行政院研考會曾規劃「文化觀光部」，到目前也只聞樓梯聲。嚴總裁強調「我想提醒執政當局的是，文化與

²⁴ 該書 p143。

觀光有交集，但是，也有各自獨立的領域」(嚴長壽，2008，P214)。下圖即是對上述的初步分析：

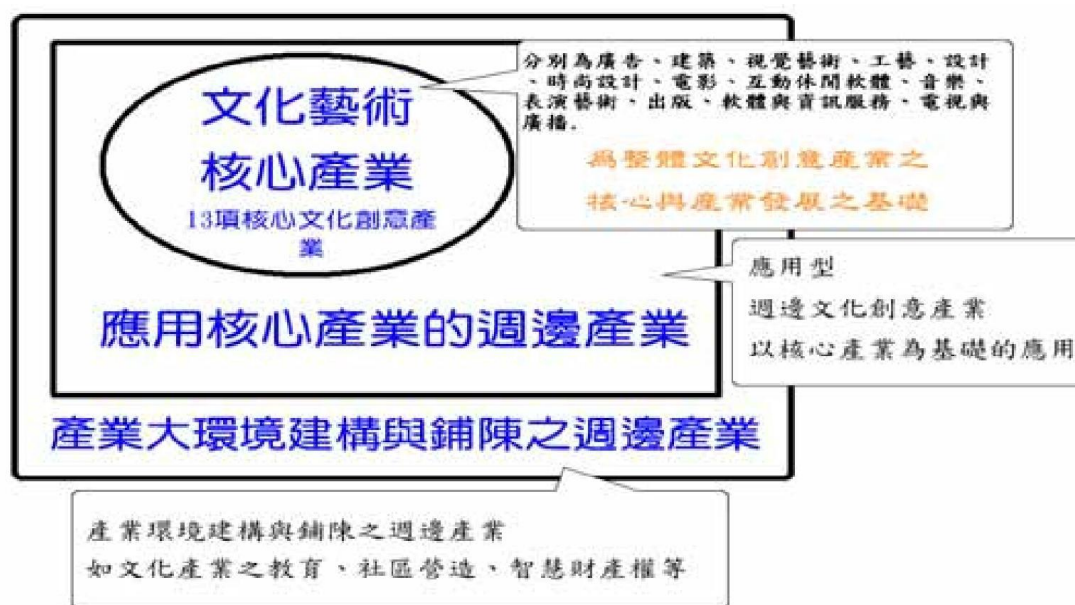


圖3 文化創意產業層次關係圖

由上圖可知，要發展文化藝術核心產業，需奠基好應用核心產業的週邊產業，才能孕育出拳頭文創產業。比方說，若要把臺中市定位為「表演之都」，那圍繞在這個核心的週邊產業，包括服裝、音樂、設計等應用於演藝業者，都先應有良好的基礎。抑有進者，有關產業大環境建構與鋪陳的週邊產業，更應及早規劃，如表演場所的設置、業界稅負的減免、戲劇科系的建置等，這些就是公部門應該要著手進行的。

Osborne 和 Gaebler (1992) 在「Reinventing Government」一書中曾論述有效政府十大原則中的第一個原則²⁵：「政府的職能在於引導領航，而非親自操槳。這種『政府導航、市場操槳』角色的分工合作原則可以說是新公共管理的核心思想，而人民則是在這個以顧客為導向型的政府市場中充當新費者與被服務者的角色，是投票人，是委託人，以自利為基礎，自主選擇最有可能強化他們市場經濟利益的一

²⁵ 引自廖俊松、林美華「新公共服務的理想與實踐」，國立暨南大學公共行政與政策學系 2009 年「區域治理與地方發展學術研討會」論文，P1-4。

方。建立在民主社會公民權理論基礎之上的新公共服務，則主張人民的角色遠多於顧客之身分，人民是公民，是國家的主人、政府的所有權人；人民是公民，是這個既定社會環境的管理者，同時也是責任的承擔者」。Osborne 與 Plastrik 進一步認為²⁶「企業型政府有下列七項特徵：1. 政府各級單位實施分權管理，業務事權逐級下授；2. 從應然與實然的角度，重新檢討政府的預算支出以及業務執行的方式；3. 精簡文官體系，實施「業務民營化及公司化」；4. 研擬更具「成本—效能」（cost-effective）的服務方式，例如簽約委外助理、引進市場機能以及使用者付費的原則等；5. 強調「顧客導向」，包括文官體系設立明確的服務品質標準；6. 標竿學習以及評量績效；7. 針對法規精簡及成本擲節之目的，設計可行的改革方案」。因此，公部門不應只是訂出目標，更應肩負起建構及鋪陳友善環境的角色，積極達成目標。下圖即係得以輔導地方產業如何朝向文化價值取向的建議方法：

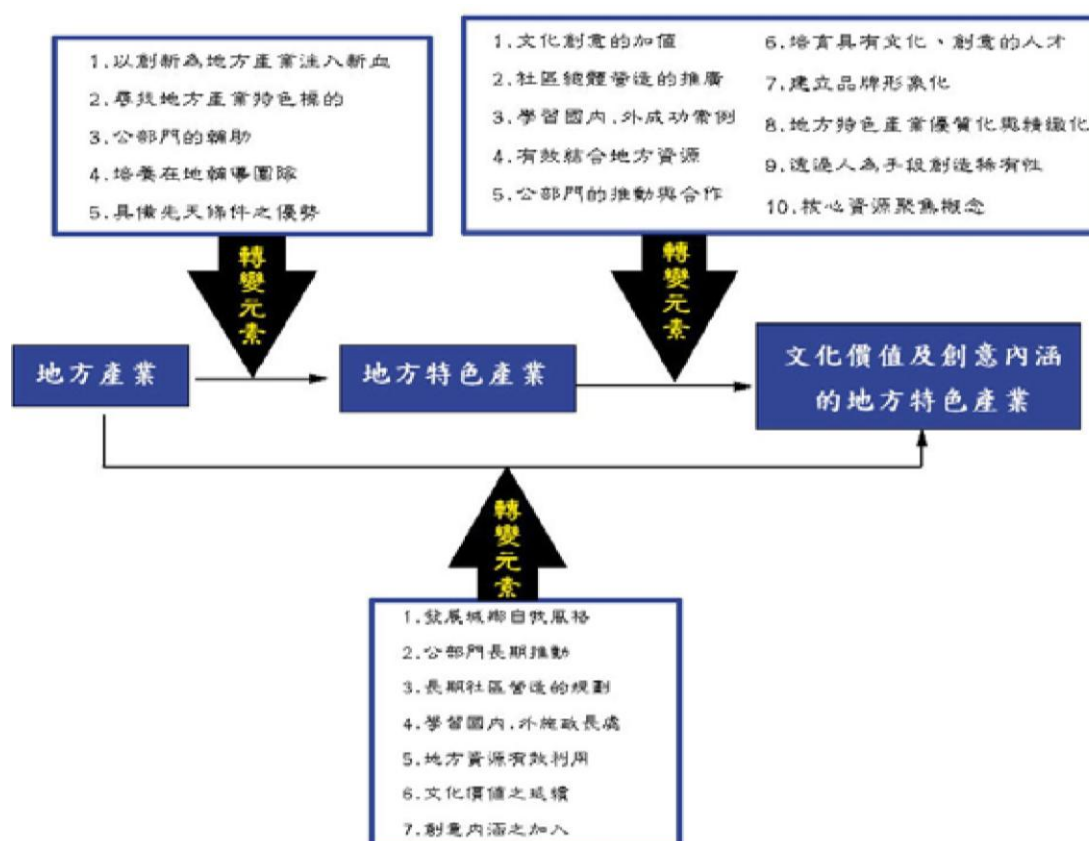


圖4 地方產業邁向文化創意產業關係圖

²⁶ Osborne and Plastrik：8-11，引自江岷欽、劉坤億，《企業型政府：理念—實務—省思》，頁 14，智勝文化（1999）。

目前可以運用最好的武器，就是今（99）年甫通過的「文化創意產業發展法」。該法已針對產業輔導的策略，明訂相關規定。套用查爾斯·韓第（Charles Handy）的「S 曲線」（sigmoid curves）理論，「文化創意產業發展法」的頒布就是最佳策略轉換點（如下圖，程立民，2010），臺中市政府得在該法頒佈後，調整原施政目標，積極輔導產業發展。

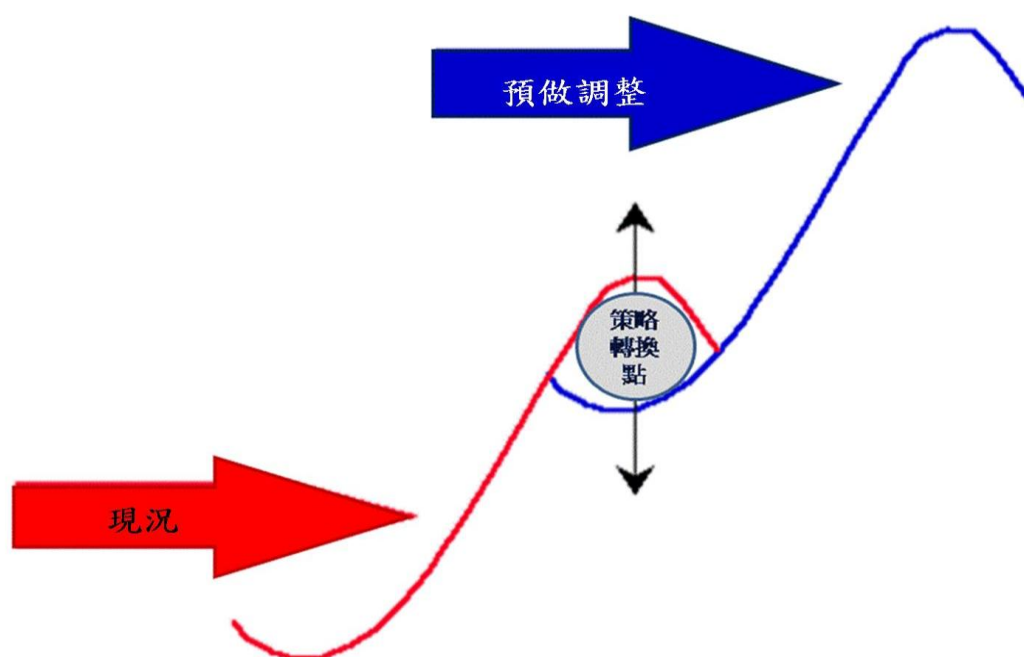


圖5 S曲線圖

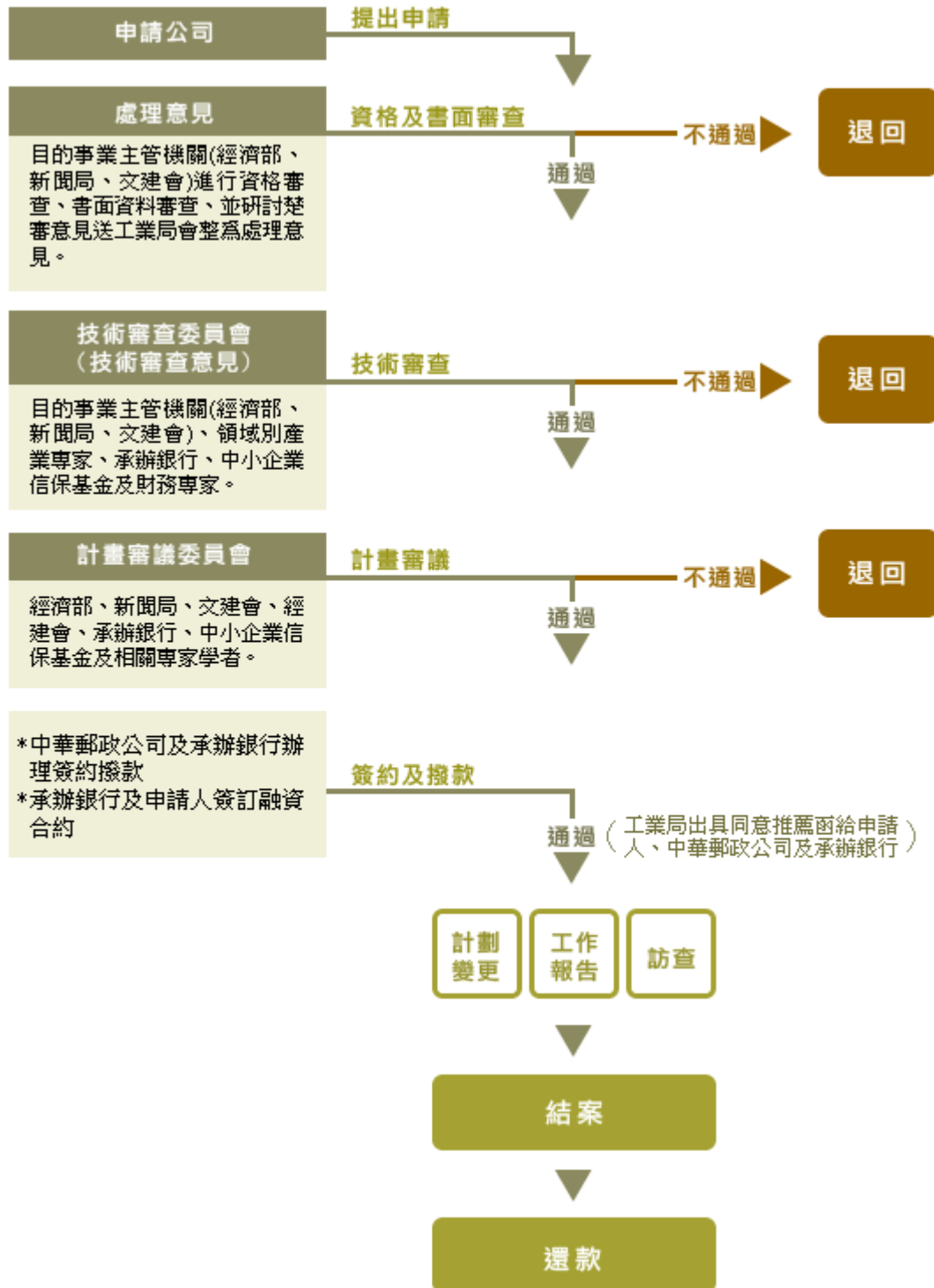
在具體作為上，可以仿照台北市政府目前的作法，成立單一窗口，有效率地解決文創產業的經營困境。但是，就從申辦貸款的層面上，文創業者實際上能申貸者的就極為有限。「文化創意產業發展法」第十九條第一項原文為「中央主管機關應協調相關政府機關（構）、金融機構、信用保證機構，建立文化創意事業投資、融資與信用保證機制，並提供優惠措施引導民間資金投入，以協助各經營階段之文化創意事業取得所需資金。」，但是，即便地方政府一廂情願，金融業一定會買單？特別是邇來政府打房導致授信緊縮當下？且很多業者缺乏相關資訊，準備貸款所需申請文件相當複雜，對他們來說難度很

高，包括：構思並發掘出有潛力的特質、具體進行研發設計工作、創造出可以進入市場的產品、順利地在市場中成為穩定的商品、事業進而向外擴展等諸多階段中，資金取得甚為困難，也往往因資金取得不易而減低開發意願、讓計畫構想提早夭折，半途功虧一簣。特別是微型文創業又經常是年輕又沒有龐大資產的公司，徵審機構的成員若沒有長遠的眼光與美學經濟的概念，無論在既有融資審核機制中或金融機構實際申貸程序中，都常讓文創工作者吃閉門羹。在這樣的狀況下，許多文創業者，仍停留在一人創意工作室的階段，或者仍定位在非營利事業，無法涵納更多就業人口，創造更多效益。長久下來，讓文創業進一步產業化的發展受到侷限。「實際輔導業者的台北市文化基金會人員葉昇宗指出，很多業者還抱怨，即使跨過了重重的門檻，跑完了嚴格的審查程序，通過了審查會，取得了核准函，但到了指定辦理的幾家銀行去申貸，還是一家一家地碰釘子。有些業者甚至還付費請中小企業信保基金出具保證函，居然還是一樣被回絕。也許去年金融海嘯的衝擊，讓銀行核貸較為保守；也許是政府給予的利息補貼不夠，讓金融機構缺乏承作的誘因；也許是金融機構按照既有的授信機制，實在很難理解所謂創意的價值。總之，這些原有的政府資源，文創業者幾乎都是看得到、吃不到。」（沈婉玉，2010，P59）

要解決這樣的問題，在規劃上就要有前瞻性的眼光，文化局除應建立「單一窗口」的整合服務平台，提供「一站購足」的服務外；並應與經濟發展處配合，延聘財務專家或企管專才，輔導業者一步步完成各項程序。

為配合推動文化創意產業的發展，經濟部工業局訂定「數位內容及文化創意產業優惠貸款要點」，搭配經濟部中小企業信用保證基金，協助具潛力之數位內容及文化創意產業投資計畫順利取得金融機構融資貸款。可適用優惠貸款之文化創意產業共包含電影產業、廣播電視產業、出版產業、視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業、數位休閒娛樂產業等 13 類。期許透過該貸款灌注於文創產業的發展，從藝術創意與美學核心價值所帶動

的產業視野，拓展其他技術與服務相關產業的創新發展空間，進而提升整體產業發展的附加價值。依該局官網²⁷所示申貸流程為：



²⁷ http://www.twtm.com.tw/cult/loan_process.htm

該局表示²⁸「已與中華郵政公司簽約，可承作文創產業優惠貸款銀行計有：台灣銀行、中央信託局、中國輸出入銀行、土地銀行、國泰世華銀行、渣打國際商業銀行、台北富邦銀行、兆豐國際商業銀行、合作金庫銀行、中國信託商業銀行、第一銀行、華南銀行、上海商業儲蓄銀行、中華開發工業銀行、台新國際商業銀行、遠東國際商業銀行、永豐銀行、玉山銀行、元大商業銀行、新光銀行、台灣中小企業銀行、高雄銀行、台灣工業銀行、彰化銀行、日盛國際商業銀行、萬泰商業銀行、大眾銀行、聯邦銀行、陽信商業銀行、安泰商業銀行、華泰銀行、三信商業銀行、京城銀行等銀行。」。

但深入一點分析，申貸過程/書面審查/投資目的/取得無形資產的過程中，其中牽涉到對智慧財產權的鑑價機制。目前台灣這部份仍極度缺乏中立且專業的鑑價機構，雖然官網是這樣敘述²⁹「業者可以選擇對自己有利的鑑價方式，但必須顧慮到承辦銀行是否可以接受」、「鑑價審議報告提供之鑑價為供參考之上限值，承辦銀行為貸款最終承擔風險者，因此銀行可自行判斷可接受之接受之鑑價值」，然而，台灣地區尚不及歐美先進國家已有完善鑑價機制下，僅在專利法有相關規定³⁰，在未有妥善配套措施下，文創業者要能順利申貸恐有相當困難。

所幸依文建會「文化創意產業服務網」³¹，該會與其他單位另提供「文化創意產業補助計畫」、「補助直轄市及縣市政府推動文化創意產業發展」、「補助藝文產業創新育成計畫」、「促進產業研究發展貸款計畫」及「推展工藝文化與工藝傳承計畫補助」等五項補助計畫，相信有心者志竟成，文創業者一定可以覓得符合自己的補助計畫。

未來在規劃上，臺中市政府宜參考前述中央的各種機制，透過最簡便及效率的方式輔導，避免業者奔途多門，事倍功半。尤其要有長遠眼光，除了金錢的補助外，更得參考台灣省政府在南投縣設置「中興

²⁸ <http://www.twtm.com.tw/cult/question.htm>

²⁹ 同前註

³⁰ 參經濟部智慧財產局網站「合理而精準的鑑價」乙節，詳列世界各國的鑑價原則及我台經院的技術鑑價類型，http://pcm.tipo.gov.tw/PCM2010/PCM/02_publish/publish_compete11.aspx。

³¹ <http://cci.culture.tw/cci/cci/subsidy.php>

新村藝術村」的觀念，考量在水湳經貿園區中規劃「文創產業園區」，與文建會「臺中創意文化園區」形成南北共軛的發展雙軸心，除帶動經濟產業外，更能吸引國際觀光客參訪（如成立太陽餅觀光工廠，搭配太陽餅節活動等）。此有賴市府善用行政程序法中行政計畫相關規定提出大膽藍圖，積極擘畫，才能發揮中臺灣領頭羊的角色。

第四章 研究發現與建議

一、 研究發現

(一)「文化創意產業發展法」配套不足，各地方政府做法不一

「文化創意產業發展法」施行甫逾半年，各項配套措施尚未健全下，各地方政府只有各顯神通，依其資力及能力盡人事為之。論者批評³²，「文建會總共編制才 80 多人，連 600 人編制的新聞局都比不上，如何扮演輔導產業的推手角色？文化局在台北市也屬弱勢部門，錢少、人少，管的事情又多，總人數也才 100 多人，真正處理相關業務的只是局中一個股，一個股編制不過 4、5 人，還要同時兼辦其他業務，在這麼少的人力下，如何進行產業輔導？」；台北市副市長李永萍也表示³³「文創產業屬於新興產業，對於一般公務人員來說，是不熟悉的業務，需要一段學習的時間」。因此對市府承辦的公務人員來說，了解該法及設計配套是首要任務。

對於主管機關以外的環境因素，就有賴中央及民間的共同配合。如前述的鑑價機制，「文化創意產業發展法」及文建會等官網所云大多只是宣示性的政策，欠缺具體性及實用性；目前僅台北市有比較明確的輔導機制，其他縣市政府及民間尚有很大的努力空間。

(二) 文化創意產業應與觀光業結合才有希望

文化創意產業的範疇依「文化創意產業發展法」第三條第一項規定如下：

「本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之下列產業：

一、視覺藝術產業。

³²新新聞 1199 期，P60。

³³新新聞 1199 期，P57。

- 二、音樂及表演藝術產業。
- 三、文化資產應用及展演設施產業。
- 四、工藝產業。
- 五、電影產業。
- 六、廣播電視產業。
- 七、出版產業。
- 八、廣告產業。
- 九、產品設計產業。
- 十、視覺傳達設計產業。
- 十一、設計品牌時尚產業。
- 十二、建築設計產業。
- 十三、數位內容產業。
- 十四、創意生活產業。
- 十五、流行音樂及文化內容產業。
- 十六、其他經中央主管機關指定之產業。」

雖然其中未列入觀光產業，但也未明文排除其適用，業者得在產業內容滲入觀光元素，增益產業效能。邇來傳統產業，在有心者的積極奔走下，已於民國 96 年成立「中華民國觀光工廠促進協會」，依該會成立宗旨，應具有「四大主軸-根留台灣、公益行銷、策略聯盟及發展觀光。經營觀光工廠必須要有下列幾個元素：工廠製作流程、文化意涵、專人導覽、影片介紹、吉祥物、劇團及 DIY 活動，而且要滿足顧客必須做到 5 到-照的到、看的到、吃的到、玩的到、買的到。」³⁴，文創業者自得善加規劃，導入此種概念。管理大師彼得杜拉克（Peter F. Drucker）亦云³⁵「創業精神不但大幅提高資源產出，更開創出一個新市場、新顧客階層」，產業若能增加文化創意及觀光的思維，相信必能走出嶄新的道路。

（三）應發掘在地文化創意產業特色

³⁴ 參該會理事長邱義榮發言，http://www.tfa.tw/tpl_show_select.php?f_id=19

³⁵ 天下雜誌 451 期，P103；彼得·杜拉克，創新與創業精神：管理大師彼得·杜拉克談創新實務與策略，2005 年，臉譜出版社。

誠如前述亞都麗緻前總裁嚴長壽先生對臺中市的稱許，臺中市市長胡志強也對嚴前總裁有高度的感謝，胡市長說³⁶「當初他要向香港推銷臺中市，嚴長壽二話不說親自陪他飛赴香港兩天，協助規劃一系列的活動、表演，使得臺中—香港的班機增加，去年不論是香港到台灣的旅客或是從台灣到香港的旅客都以中部為最大宗。今年臺中燈會，香港政府代表團體來了一百八十人，燈會現場賣迪士尼樂園及海洋公園套票，預備賣兩個禮拜的票，一天賣光光，還得趕緊補貨。香港到臺中的旅客平均一個月增加三千個房間。再講到太陽餅，從六年前賣五千萬，再來增加到一億，前年賣了三億。胡志強說：『我已經很滿意了！』結果，一不小心找嚴長壽賣太陽餅，雖然是金融危機，遊客減少，去年賣了四億！」。

由此可見，透過良好的行銷方式，實可以帶給傳產突破性效果。然而，產品本身也要有好的賣點才可以。以前者臺中燈會為例，雖然是活動性質，但在半個月內能匯集680餘萬觀光人潮，所帶來的經濟效益不言可喻。這樣的活動若繼續



辦理，誠然可以形塑成國際級的觀光活動。復以後者太陽餅而言，其已係最能代表臺中市的傳統食品，既有的「太陽餅文化節」不應只是業者行銷的手段，更應是臺中市走向世界的媒介之一。胡志強市長每每以「臺中店長」自許，更多次在媒體強調³⁷「我要去跟台北爭政治金融很難，我要跟高雄去爭產業運輸很難，好，那我比不上台北的艷麗，比不上高雄的性感，我跟你比氣質可不可以，於是我把文化定成臺中市的定位和格局…可是我的格局我覺得，定位就往這個方向走，一旦定下去以後就要靠創意，因為文化不能不是活水，所以你一定要提新的東西，而新的讓你的市民，讓台灣的人，讓亞太地區的人，讓

³⁶ 嚴長壽「你可以不一樣」全國巡迴演講臺中場，<http://www.deer.nchu.edu.tw/nchu-epaper/?p=1440>

³⁷ TVBS 電台【發現台灣藍海】節目對胡市長專訪，2006年6月22日，
http://weekly.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=suncomedy20060622170533

國際的人都刮目相看。」誠哉斯言，若能積極發掘在地的文化、產業及觀光等特色，在妥善的包裝下，必定能綻放出亮眼的花朵。

二、 研究建議

（一）建立單一窗口扶助文創產業

目前有關文創產業輔導最佳之縣市，仍是財力最優的台北市。經由本研究的調查，未來臺中市政府得仿照台北市政府模式，建立「單一窗口」的整合服務平台，提供「一站購足」的服務外；並應與經濟發展處配合，延聘財務專家或企管專才，輔導業者一步步完成各項程序。

此外，若擔心公務人員對這方面的能力不足，除應積極培育相關人才、施以適切之教育訓練外，並得參照台北市操作成熟的「文化基金會」公法人機制，透過基金會來聘請業界專業人士，更能直接、快速地協助文創業業者，發揮服務型政府的角色，營造有利於文化創意產業環境的氛圍。

（二）成立大學劇場或戲劇系所

不僅文化行政的公務人員需要培育人才，在教育環境上更要孕育這方面的幼苗。只蓋臺中大都會歌劇院，只是開始；成立切合本土所需的劇場系所，卻是臺中落實文化政策的具體作為，加速中部地區的戲劇創作與藝術資源整合。這樣的努力雖然不能短期見效，但在一步步累積資源下，才能在未來開花結果。

目前中部地區的藝術教育，以東海大學歷史最為悠久，其於 2006 年整合美術、音樂、建築、工業設計及景觀等五系成立創意設計及藝術學院，係國內首見的創藝學院。臺中市政府應妥善運用既有學界人才，促進類此學院成立劇場或戲劇系所，進而協助成立育成中心轉移技術與民間，俾擴大成效。

（三）成立文創產業園區

國內目前各工業區用地所依據的法規及主管機關略有六種，在中央分別是經濟部主管促產條例所設的「編定工業

區」、加工出口區管理處所管的「加工出口區」、國科會所管的「科學園區」與「農業生技園區」；在地方政府則依都市計畫法劃定「都市計畫內工業區」與非都市土地的「丁種建築用地」，說是多頭馬車一點都不為過。

考量臺中市的腹地及未來發展空間，未來市府可以參照上開法令，協調中央考量在水湳經貿園區中規劃「文創產業園區」，與文建會「臺中創意文化園區」形成南北共軛的發展雙軸心，除帶動經濟產業外，更能吸引國際觀光客參訪（如成立太陽餅觀光工廠，搭配太陽餅節活動等）。但要注意的是「進駐這類園區的成本也相對較高，初踏入文創產業的業者往往缺發足夠的經費，來維持園區裡的開銷。另一方面，正如文化創意的誕生需要時間與空間的淬鍊，這類創意園區往往也因為過度高漲的商業氣息，反而有可能降低了文創業者的生命力。也就是說，創意園區雖然在『流動性』上較低，提供了較高的產業定著入駐的機會，但卻可能會因為門檻過高，或是『彈性』不足，讓創意的生產反而低落下來。」（宋世祥，2010）此有賴市府善用行政程序法中行政計畫專節相關規定提出大膽藍圖，積極擘畫，發揮聚集經濟體的力量，才能發揮中臺灣領頭羊的角色。

第五章 結語

「文化與觀光彼此之間存在著一種互惠共生的關係，兩者的結合將可以強化地方、區域、與國家的魅力與競爭力。文化可以為觀光創造獨特性，在擁擠的全球市場中建立利基；同樣的，觀光為文化帶來人潮，創造其發展所需的獲利營收。」³⁸，其中佼佼者，即為具悠久歷史文化的英國。「英國創意產業的表現證明其經濟效益，2001 年統計創意產業占英國 GDP 的 7.9%，13 個創意產業內的四個產業則占四分之三，（設計占全經濟的 2.8%；軟體與電腦服務，1.6%；出版，0.9%；廣告，0.7%）。在 1997 年到 2001 年間，相較於同期內 2.8% 的經濟成長率，創意產業每年即成長 9%。創意產業外銷對英國 2001 年貿易平衡的貢獻有 8.7 兆英鎊，是所有外銷貨品與服務的 3.3%。外銷在 1997 年到 2001 年間，每年成長 13%，但同時時間內整體外銷僅成長 9%，所有貨品與服務僅成長 5%¹。這些數據顯示創意產業快速的發展與擴張幅度，吸引眾人的目光，其所醞釀的發展潛力驚人。」³⁹

對岸的中國大陸也不惶多讓，據中國文化部統計，2004 年到 2007 年，大陸文化產業每年平均成長率超過 17%，比同期 GDP 多了 6 到 8 個百分點⁴⁰。特別是電影產業在過去的六年裡，連續以近 30% 的速度高速成長⁴¹。大陸文化部為推動文化產業開拓國際市場，這兩年來已分別公告「關於進一步支持文化出口重點企業和重點專案的指導意見」、「國家文化出口重點企業目錄」及「國家文化出口重點專案目錄」，凡名列目錄者，皆有機會獲得獎勵金。中國文化部部長蔡武 99 年 4 月 28 日向全國人大常委會報告近年來文化產業發展工作情況驕傲地說⁴²「隨著文化體制改革的不斷深

³⁸ 引自「文化的觀光效益」(The Impact of Culture on Tourism) OECD (The Organization For Economic Cooperation And Development) 觀光委員會在 2009 年所出版的報告書，
http://cci.culture.tw/cci/cci/market_detail.php?c=193&sn=4014。

³⁹ 行政院文建會「推動文化創意產業之系統服務規劃研究報告」，
http://cci.culture.tw/cci/cci/market_detail.php?c=193&sn=3754。

⁴⁰ 「大陸文化產業 勢頭旺」，旺報 2010 年 2 月 4 日 C16 版。

⁴¹ 「抓住中國市場的井噴式成長 誰是中國未來娛樂大亨」，數位時代 2010 年 2 月號，P136。

⁴² 「蔡武：中國文化產業已進入快速發展新時期」，鉅亨網新聞，

入和人民群眾精神文化需求的不斷增強，我國文化產業已經從探索、起步、培育的初級階段，進入快速發展的新時期，呈現出朝氣蓬勃的新局面。」。

作為中台灣的龍頭，臺中市政府也應該要有這樣的企圖心來做長遠的規劃。依「臺中縣市合併改制直轄市之願景」（廖靜芝，2009，P14）乙文，未來臺中直轄市規劃的願景中即包括為「一、活絡經濟脈動、提昇產業榮景」、「五、推動創意文化，落實優質教育」，文中進一步提到「臺中縣、市具有充足而且素質高的勞動人力供給，可充分滿足未來大臺中都會區發展之需要。其次，臺中縣、市無論在工業或服務業方面的發展現況都具有相當之規模，同時在臺灣地區也屬於經濟活動基礎較佳之地區。故在未來產業推動方面，已提供良好的發展基礎。再者，臺中縣、市本身已具有相當程度之分工性，二者若能相互結合將更可發揮互補互利之作用，其對大臺中都會產業經濟發展顯現下列正面之助益。」套句犁頭店鄉土文學會理事長黃慶聲之語「台中市現階段不只是無止境的擴建，而更是精緻本土文化的深耕」⁴³。準此，環顧世界潮流及發展趨勢，若能酌採本研究見解，積極結合文化創意、經濟及觀光產業等產業，相信在「文化市長」胡市長的領導下⁴⁴，必能提升中台灣整體發展，造福臺中市民福祉。



<http://news.cnyes.com/Content/20100429/KC8RJJBFE3HI.shtml>。

⁴³ 陳一珊，「誰從無止境的重劃中獲利？」，天下雜誌 452 期，P58。

⁴⁴ 依 2010 年 7 月號英國「單片鏡」（MONOCLE）雜誌，選出全球十大市長，臺中市長胡志強名列第十，文中提及，胡志強市長以文化活動來改變臺中市，例如國際當紅的伊朗建築師哈蒂曾為臺中設計博物館、大陸導演張藝謀與華裔大提琴家馬友友都曾在臺中演出，日本建築師伊東豐雄設計的歌劇院也將在臺中落成。胡市長受訪表示"culture permeates all levels of society."。參「Taichung mayor flattered over U.K. magazine's citation」乙文，http://focustaiwan.tw/ShowNews/WebNews_Detail.aspx?ID=201007270035&Type=aEDU

參考文獻

書籍

- Henry Chesbrough 著，開放式經營—創新獲利新典範》，譯者李芳齡，2007，天下文化。。
- 江岷欽、劉坤億，《企業型政府：理念—實務—省思》，1999，智勝文化。
- 嚴長壽，《我所看見的未來》，2008，天下文化。

期刊

- 王浦傑，法學叢刊第 47 卷第 4 期，2002 年，P42-58。
- 林騰鶴，「行政計畫論」，植根雜誌第二十六卷第一期，2010 年，P34。
- 沈婉玉，「李永萍熱情推動文創產業」，新新聞 1199 期，P55。
- 程立民，「從『埔里行政中心重建計畫』淺介行政計畫」，現代地政雜誌 2001 年 7 月，P38-39。
- 陳一姍，「誰從無止境的重劃中獲利？」，天下雜誌 452 期，P58。
- 葛荃、韓瑩瑩，「论服务行政对行政文化的诉求」，東南大學學報（哲學社會科學版）8 卷 6 期，2006 年 11 月，P93-96。
- 張世文，「文創法要走穩，有待考驗」，新新聞 1196 期，P32。
- 蔡茂寅，「區域均衡與地方自治之發展」，月旦法學雜誌 2010 年 6 月號，P212。
- 廖靜芝，「臺中縣市合併改制直轄市之願景」，府際關係研究通訊第六期，P14。
- 羅傳賢，立法院院聞第 31 卷第 10 期，2003，P81-89。
- 劉宗德，「現代行政與計畫法制」，1992 年，政大法學評論第 45 期，P74 以下。
- Allen, J., O' Toole, W., McDonnel, I. et al. (1989). *Festival and Special Event Management*. Australia: Wiley

論文

- 許鳳滿，「文化節慶產品層次之重要性與表現評估—以臺中縣大甲媽祖國際觀光文化節為例」，國立臺北教育大學：文化產業學系暨藝文產業設計與經營碩士班 98 年畢業論文。

- 胡育寧，「大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究」，國立臺北教育大學藝文產業設計與管理研究所 97 碩士論文。
- 宋世祥，「文創空間的生命史：從創意市集、創意園區到創意街區」，行政院文建會文化創意產業推動服務網。
- 程立民，「南投縣仁愛鄉觀光業之創新與發展」，九二一重建區產業創新與轉型國際研討會論文。
- 程立民，《科特勒談政府如何做行銷》閱讀心得，台灣省政府圖書館 98 年秋季閱讀心得寫作比賽佳作得獎作品。
- 程立民，《你拿什麼定義自己？》閱讀心得，台灣省政府圖書館 99 年春季閱讀心得寫作比賽佳作得獎作品。
- 廖俊松、林美華「新公共服務的理想與實踐」，國立暨南大學公共行政與政策學系 2009 年「區域治理與地方發展學術研討會」論文，P1-4。

網站

- 文建會創意產業專案中心網站，<http://cidc.cca.gov.tw/>
- 文化創意產業推動服務網，<http://cci.culture.tw/>
- 台北市文化局
<http://www.culture.gov.tw/frontsite/index.jsp>
- 台中市文化局，<http://www.tccgc.gov.tw/home.asp>
- 經濟部智慧財產局，
http://pcm.tipo.gov.tw/PCM2010/PCM/02_publish/publish_competell.aspx
- 財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心資訊服務處
http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/pclass/2008/pclass_08_A018.htm

媒體

- TVBS 新聞台
- 中國時報
- 旺報

文化創意產業發展法

99 年 1 月 7 日立法院三讀通過版本

第一章 總則	
第一條	為促進文化創意產業之發展，建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，運用科技與創新研發，健全文化創意產業人才培育，並積極開發國內外市場，特制定本法。 文化創意產業之發展，依本法之規定。其他法律規定較本法更有利者，從其規定。
第二條	政府為推動文化創意產業，應加強藝術創作及文化保存、文化與科技結合，注重城鄉及區域均衡發展，並重視地方特色，提升國民文化素養及促進文化藝術普及，以符合國際潮流。
第三條	本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之下列產業： 一、視覺藝術產業。 二、音樂及表演藝術產業。 三、文化資產應用及展演設施產業。 四、工藝產業。 五、電影產業。 六、廣播電視產業。 七、出版產業。 八、廣告產業。 九、產品設計產業。 十、視覺傳達設計產業。 十一、設計品牌時尚產業。 十二、建築設計產業。 十三、數位內容產業。 十四、創意生活產業。 十五、流行音樂及文化內容產業。 十六、其他經中央主管機關指定之產業。 前項各款產業內容及範圍，由中央主管機關會商中央目的事業主管機關定之。
第四條	本法所稱文化創意事業，指從事文化創意產業之法人、合夥、獨資或個人。
第五條	本法所稱主管機關：在中央為行政院文化建設委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。
第六條	中央主管機關應擬訂文化創意產業發展政策，並每四年檢討修正，報請行政院核定，作為推動文化創意產業發展之政策依據。 中央主管機關應會同中央目的事業主管機關建立文化創意產業統計，並每年出版文化創意產業年報。
第七條	為促進文化創意產業之發展，政府應捐助設立財團法人文化創意產業發展研究院，其設置條例另定之。
第八條	政府應致力於發展文化創意產業，並保障其發展所需之經費。
第九條	國家發展基金應提撥一定比例投資文化創意產業。 前項投資之審核、撥款機制與績效指標等相關事項之辦法，由中央主管機關會同相關目的事業主管機關定之。

第十條 政府應推廣文化創意有價之觀念，充分開發、運用文化創意資產，並落實於相關政策。 政府用於有形或無形之文化創意資產支出，經濟效用年限達二年以上者，應劃編為資本門經費預算。 各中央目的事業主管機關應訂定各項獎勵或輔導措施，以協助公營企業及文化創意事業，將創意成果及文化創意資產，轉化為實際之生產或運用。
第十一條 為培育文化創意事業人才，政府應充分開發、運用文化創意人力資源，整合各種教學與研究資源，鼓勵文化創意產業進行產官學合作研究及人才培訓。 政府得協助地方政府、大專校院及文化創意事業充實文化創意人才，並鼓勵其建置文化創意產業相關發展設施，開設相關課程，或進行創意開發、實驗、創作、與展演。
第二章 協助及獎補助機制
第十二條 主管機關及中央目的事業主管機關得就下列事項，對文化創意事業給予適當之協助、獎勵或補助： 一、法人化及相關稅籍登記。 二、產品或服務之創作或研究發展。 三、創業育成。 四、健全經紀人制度。 五、無形資產流通運用。 六、提升經營管理能力。 七、運用資訊科技。 八、培訓專業人才及招攬國際人才。 九、促進投資招商。 十、事業互助合作。 - 十一、市場拓展。 - 十二、國際合作及交流。 - 十三、參與國內外競賽。 - 十四、產業群聚。 - 十五、運用公有不動產。 - 十六、蒐集產業及市場資訊。 - 十七、推廣宣導優良文化創意產品或服務。 - 十八、智慧財產權保護及運用。 - 十九、協助活化文化創意事業產品及服務。 - 二十、其他促進文化創意產業發展之事項。 前項協助、獎勵或補助之對象、條件、適用範圍、申請程序、審查基準、撤銷、廢止補助及其他相關事項之辦法，由中央目的事業主管機關定之。
第十三條 為提升國民美學素養及培養文化創意活動人口，政府應於高級中等以下學校提供美學及文化創意欣賞課程，並辦理相關教學活動。
第十四條 為培養藝文消費習慣，並振興文化創意產業，中央主管機關得編列預算補助學生觀賞藝文展演，並得發放藝文體驗券。 前項補助、發放對象與實施辦法，由中央主管機關定之。
第十五條 為發展本國文化創意產業，政府應鼓勵文化創意事業以優惠之價格提供原創產品或服務，其價差由中央主管機關補助之。 前項原創產品或服務範圍之認定與補助相關辦法，由中央主管機關定之。

第十六條 中央目的事業主管機關得獎勵或補助民間提供適當空間，設置各類型創作、育成、展演等設施，以提供文化創意事業使用。 前項獎勵或補助辦法，由中央目的事業主管機關定之。
第十七條 政府機關辦理文化創意產品或服務之採購，其採公開評選方式者，得將文化創意產品或服務之創意、美學列為評選項目。
第十八條 公有公共運輸系統之場站或相關設施之主管機關，應保留該場站或相關設施一定比率之廣告空間，優先提供予文化創意產品或服務，以優惠價格使用；其比率及使用費率，由主管機關定之。
第十九條 中央主管機關應協調相關政府機關（構）、金融機構、信用保證機構，建立文化創意事業投資、融資與信用保證機制，並提供優惠措施引導民間資金投入，以協助各經營階段之文化創意事業取得所需資金。 政府應鼓勵企業投資文化創意產業，促成跨領域經營策略與管理經驗之交流。
第二十條 中央目的事業主管機關為鼓勵文化創意事業建立自有品牌，並積極開拓國際市場，得協調各駐外機構，協助文化創意事業塑造國際品牌形象，參加知名國際展演、競賽、博覽會、文化藝術節慶等活動，並提供相關國際市場拓展及推廣銷售之協助。
第二十一條 為促進文化創意產業之發展，政府得以出租、授權或以其他方式，提供其管理之圖書、史料、典藏文物或影音資料等公有文化創意資產。但不得違反智慧財產權相關法令規定。 依前項規定提供公有文化創意資產之管理機關，應將對外提供之公有文化創意資產造冊，並以適當之方式對外公開。 管理機關依第一項規定取得之收益，得保留部分作為管理維護、技術研發與人才培育之費用，不受國有財產法第七條及地方政府公有財產管理法令規定之限制。 利用人係為非營利目的而使用公有文化創意資產時，管理機關得採優惠計價方式辦理。 公有文化創意資產之出租、授權、收益保留及其他相關事項之辦法或自治法規，由中央目的事業主管機關、直轄市或縣(市)主管機關定之。
第二十二條 政府機關為協助文化創意事業設置藝文創作者培育、輔助及展演場所所需公有非公用不動產，經目的事業主管機關核定者，不動產管理機關得逕予出租，不受國有財產法第四十二條及地方政府公有財產管理法令相關出租方式之限制。
第二十三條 以文化創意產業產生之著作財產權為標的之質權，其設定、讓與、變更、消滅或處分之限制，得向著作權專責機關登記；未經登記者，不得對抗善意第三人。但因混同、著作財產權或擔保債權之消滅而質權消滅者，不在此限。 前項登記內容，任何人均得申請查閱。 第一項登記及前項查閱之辦法，由著作權法主管機關定之。 著作權專責機關得將第一項及第二項業務委託民間機構或團體辦理。
第二十四條 利用人為製作文化創意產品，已盡一切努力，就已公開發表之著作，因著作財產權人不明或其所在不明致無法取得授權時，經向著作權專責機關釋明無法取得授權之情形，且經著作權專責機關再查證後，經許可授權並提存使用報酬者，得於許可範圍內利用該著作。 著作權專責機關對於前項授權許可，應以適當之方式公告，並刊登政府公報。 第一項使用報酬之金額應與一般著作經自由磋商所應支付合理之使用報酬相當。 依第一項規定獲得授權許可完成之文化創意產品重製物，應註明著作權專責機關之許可日期、文號及許可利用之條件與範圍。 第一項申請許可、使用報酬之詳細計算方式及其他應遵行事項之辦法，由著作權法主管機關定之。

依第一項規定，取得許可授權後，發現其申請有不實情事者，著作權專責機關應撤銷其許可。 依第一項規定，取得許可授權後，未依著作權專責機關許可之方式利用著作權，著作權專責機關應廢止其許可。
第二十五條 政府應協助設置文化創意聚落，並優先輔導核心創作及獨立工作者進駐，透過群聚效益促進文化創意事業發展。
第三章 租稅優惠
第二十六條 營利事業之下列捐贈，其捐贈總額在新臺幣一千萬元或所得額百分之十之額度內，得列為當年度費用或損失，不受所得稅法第三十六條第二款限制： 一、購買由國內文化創意事業原創之產品或服務，並經由學校、機關、團體捐贈學生或弱勢團體。 二、偏遠地區舉辦之文化創意活動。 三、捐贈文化創意事業成立育成中心。 四、其他經中央主管機關認定之事項。 前項實施辦法，由中央主管機關會同中央目的事業主管機關定之。
第二十七條 為促進文化創意產業創新，公司投資於文化創意研究與發展及人才培訓支出金額，得依有關稅法或其他法律規定減免稅捐。
第二十八條 文化創意事業自國外輸入自用之機器、設備，經中央目的事業主管機關證明屬實，並經經濟部專案認定國內尚未製造者，免徵進口稅捐。
第四章 附則
第二十九條 本法施行細則，由中央主管機關定之。
第三十條 本法施行日期，由行政院另定之。

附錄二

數位內容產業及文化創意產業優惠貸款要點

- 一、依據「挑戰 2008：國家發展重點計畫」以推動產業高值化計畫兩兆雙星產業之數位內容產業，發展台灣成為亞太地區數位內容設計、開發與製作中樞，建構台灣成為具有豐富文化與創意內涵之產業結構與社會，以推動數位內容產業及文化創意產業發展計畫，特依中長期資金運用作業須知第五點規定訂定本要點。
- 二、本貸款之資金總額度為新臺幣二百億元。

本貸款之資金來源，由行政院經濟建設委員會中長期資金運用策劃及推動小組協調中華郵政股份有限公司提撥專款支應或由承辦銀行自有資金支應。
- 三、本貸款由中華郵政股份有限公司，評選適當之公、民營銀行辦理核貸事宜。
- 四、本貸款對象為數位內容產業及文化創意產業之業者。
- 五、數位內容產業指提供將圖像、文字、影像、語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之產品或服務之產業。例示如下：
 - (一) 數位遊戲：以資訊硬體平台提供聲光娛樂給予一般消費大眾。例如家用遊戲軟體、個人電腦遊戲軟體、掌上型遊戲軟體或大型遊戲軟體。
 - (二) 電腦動畫：以運用電腦產生製作的連續影像，廣泛應用於娛樂或其他工商業用途。
 - (三) 數位學習：以電腦等終端設備為輔助工具進行線上或離線之學習活動。例如數位學習內容製作、工具軟體、建置服務、學習課程服務。
 - (四) 數位影音應用：以運用數位化拍攝、傳送、播放之數位影音內容。例如傳統影音數位化或數位影音創新應用。
 - (五) 行動內容：以運用行動通訊網路提供數據內容及服務。例如手機簡訊、導航或地理資訊等行動數據服務。
 - (六) 網路服務：以提供網路內容、連線、儲存、傳送、播放之服務。例如網路內容(ICP)、應用服務(ASP)、連線服務(ISP)、網路儲存(IDC)。

(七) 內容軟體：以提供數位內容應用服務所需之軟體工具及平台。例如內容工具、平台軟體、內容應用軟體、內容專業服務。

(八) 數位出版典藏。例如數位出版、數位典藏及新聞、數據、圖像等電子資料庫。

六、文化創意產業指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升之產業。例示如下：

(一) 電影產業：指從事電影片製作、發行、映演或電影工業等電影週邊產製服務之行業。

(二) 廣播電視產業：指利用無線、有線、衛星或其他載具，從事廣播、電視經營或節目製作、供應等之行業。

(三) 出版產業：指從事新聞、期刊雜誌、書籍、唱片、錄音帶等具有著作權商品發行之行業。但從事電影發行之行業應歸入 8520（電影片發行業）細類，從事廣播電視節目及錄影節目帶發行之行業應歸入 8630（廣播節目供應業）細類。

(四) 視覺藝術產業：指從事繪畫、雕塑其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復之行業。

(五) 音樂及表演藝術產業：指從事戲劇相關業務（創作、訓練、表演等）、音樂劇或歌劇相關業務（樂曲創作、演奏訓練、表演等）、音樂現場表演或作詞作曲、表演服裝設計或製作、表演造型設計、表演舞台燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞台等）、表演設施（劇院、音樂廳、露天廣場等）經營管理、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體相關服務（道具製作與管理、舞台搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營之行業。

(六) 文化展演設施產業：指從事美術館、博物館、藝術館（村）、音樂廳、演藝廳經營管理及服務之行業。

(七) 工藝產業：指從事工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度之行業。

(八) 廣告產業：指從各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作或裝置之行業；獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業，亦同。

(九) 設計產業：指從事產品設計企劃、產品外觀設計、機構設計、

原型及模型的製作、流行設計、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問之行業。

(十) 設計品牌時尚產業：指從事以設計師為品牌之服飾設計、顧問、製造或流通之行業。

(十一) 建築設計產業：指從事建築設計、室內空間設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭園設計、景觀設計、地景設計之行業。

(十二) 創意生活產業：指從事符合下列定義之行業：

1. 源自創意或文化積累，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域有用的商品或服務者。
2. 運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習體驗活動者。

(十三) 數位休閒娛樂產業：指從事符合下列定義之行業：

1. 數位休閒娛樂設備。例如 3DVR 設備、運動機台、格鬥競賽機台、導覽系統、電子販賣機台、動感電影院設備。
2. 環境生態休閒服務。例如數位多媒體主題園區、動畫電影場景主題園區、博物展覽館。
3. 社會生活休閒服務。例如商場數位娛樂中心、社區數位娛樂中心、示範型網路咖啡廳、親子娛樂數位學習中心。

七、申請人是否屬電影產業、廣播電視產業或出版產業之文化創意產業，得請行政院新聞局協助確認之。

八、申請人是否屬視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化展演設施產業或工藝產業之文化創意產業，得請行政院文化建設委員會協助確認之。

九、申請人是否屬廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業、或數位休閒娛樂產業之文化創意產業，由經濟部工業局(以下簡稱工業局)逕行確認。

十、貸款用途分為取得有形資產、無形資產及作為營運週轉金三類。

有形資產指從事投資或創業活動必要取得之營業場所(包含土地、廠房、辦公室、展演場)、機器設備、電腦軟硬體設備(包含辦理資訊化之軟硬體設備)。

無形資產指從事投資或創業活動必要取得之智慧財產權(包含專利權、軟體製作權、數位化影音、圖像、文字等)。

營運週轉金指從事投資或創業活動時必要之營運資金。

十一、核貸額度限於依申請計畫實際需要之八成，且每一申請計畫之核貸額度最高不得超過新臺幣一億元。

十二、以取得有形資產之土地、廠房、辦公室、展演場等項目為目的之申貸者，其貸款期限，應按申請人償還能力核定，最長不得超過十五年，寬限期限以三年為限。

以取得有形資產之機器設備、電腦軟硬體設備等項目為目的之申貸者，其貸款期限，應按申請人償還能力核定，最長不得超過七年，寬限期限以二年為限。

以取得無形資產或作為營運週轉金者，其貸款期限，應按申請人償還能力核定，最長不得超過五年，寬限期限以一年為限。

十三、貸款利率按中長期資金運用利率，加承辦銀行加碼機動計息，銀行加碼以不超過百分之二為限。

十四、本貸款之保證條件依各承辦銀行之核貸作業辦理；申請人之擔保品如有不足，承辦銀行得依據中小企業信用保證基金相關規定，移請該基金提供信用保證，其所需保證手續費，由申請人自行負擔。

十五、受理申貸之程序及應審查文件：

(一) 本貸款由工業局受理申請，工業局並得要求申請人於申請時同時副知承辦銀行。

(二) 申請人委請經工業局合格登錄之無形資產鑑價機構或數位內容鑑價服務中心認可之鑑價機構所為之資產鑑價報告，得作為核貸之參考。

(三) 工業局應要求承辦銀行函送徵授信結果。

(四) 申請人符合下列資格之一者，工業局應建請承辦銀行優先審查：

1. 取得本部專案補助計畫或相關獎項之國內數位內容廠商。
2. 取得 CMMI 或 ISO 國際認證之國內數位內容廠商。
3. 通過工業局資產鑑價專案輔導計畫之數位內容廠商。
4. 通過政府機關相關獎補助或貸款計畫，或獲得相關獎

項之新創作、新經營模式之文化創意產業業者。

- (五) 由工業局邀集行政院文化建設委員會、行政院新聞局、行政院經濟建設委員會、承辦銀行、中小企業信用保證基金及相關專家學者等組成審查委員會，就申請案召開審查會議。
- (六) 經審議通過之申貸計畫，由工業局通知申請人、中華郵政股份有限公司，並副知承辦銀行。
- (七) 承辦銀行與中華郵政公司辦理簽約撥款作業，並與申請人簽訂融資合約。

十六、相關申請書表如附件。

十七、本貸款利息部份應要求申請人按月繳納，本金部份應要求申請人自寬限期滿之日起，每三個月或每月為一期平均攤還。

十八、經承辦銀行核准貸款之案件，申請人應自核准日起三個月內按計畫執行並動用第一期款；逾期未動支者，以違約論，應解除其貸款契約。

申請人非經承辦銀行同意不得變更用途；如有違反約定者，承辦銀行得按一般貸款牌告利率核計利息，收回全部貸款。

工業局應依中長期資金運用策劃及推動要點第十八點第三款規定配合考核各項執行績效；承辦銀行及申請人應善盡協助之責。

工業局應要求承辦銀行應於貸放後，將貸放情形作成紀錄，並按季將執行績效報表函報之。

工業局、中小企業信用保證基金及承貸銀行得派員前往瞭解貸款運用情形。

十九、承辦銀行對於本貸款之申請計畫，依其授信規範審查辦理，並承擔貸款風險。