

# 目 錄

一、內容摘要.....	2
二、前言.....	3
三、何謂文化創意產業.....	3
四、文化創意產業的分類.....	5
五、需要政府插手加強推動、輔助發展的文化創意產業.....	6
六、推動文化創意產業.....	7
七、研究發現與建議.....	9
八、結語.....	9
九、參考文獻.....	10

# 內容摘要

隨著國際社會無疆界的發展，使得世界快速的趨於全球化，致知識經濟成為國家是否具有競爭力的關鍵，而創意產業更是提昇國家競爭力的成功要素，沒有創意就無法突破傳統的桎梏，沒有創意組織就沒有活力，所以世界各國無不把創意列為人力資源發展的重要指標。

我國政府亦於「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，將「文化創意產業」列為施政重點，企圖以文化產業拼經濟產值，然而，因政府對文化創意產業缺乏認識，且方向不正確，致無法擬定有效的策略來推動，使政策無法有效達成。

本文將就何謂文化創意產業？文化創意產業如何分類？又那些類別的文化創意產業需要政府插手加強推動、輔助發展？如何推動文化創意產業？等等加以探討，進而為如何推動、發展、發揮文化創意產業，提出就制度面、發掘具有發展潛力的文化產業、創意人才的培養及效法他國成功發展文化創意產業的經驗……等等建議，以做為政府推動文化產業之參考。

# 帶動經濟發展、活化都市的動力—創意產業

## 壹、前言

隨著國際社會無疆界的發展，使得世界快速的趨於全球化，致知識經濟成為國家是否具有競爭力的關鍵，而創意產業更是提昇國家競爭力的成功要素，沒有創意就無法突破傳統的桎梏，沒有創意組織就沒有活力，所以世界各國無不把創意列為人力資源發展的重要指標。

文化創意產業是目前世界各國國家政策及地方經濟的發展趨勢。進入文化消費的時代，借鏡成功個案的辦理原則及致勝要素，將能減少摸索的時間與心力。我國政府亦於「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，將「文化創意產業」列為施政重點，企圖以文化產業拼經濟產值，然而，在國人以及政府官員以往的觀念中，文化創意產業是「空泛不實在的」，認為有實體的建設與政績才能夠彰顯與被接受。因此，無法擬定有效的策略來推動，使政策無法有效達成。

但近年來，隨著文建會的努力與各地方政府的推廣，文化創意產業已成了另一種積極發展的產業。許多人已漸漸能感到文化產業所帶來的深層涵義及實質收益。因為，文化產業不僅能夠宣揚地方特色，結合地方產業，更能將原本被認為空泛的「文化」轉而帶來最直接的回饋—經濟效益。Kotler(1993)在研究世界各國城市間競爭經驗後，以行銷的觀點提出地區行銷的創新作法。其認為各城市應發展出屬於自己城市因地制宜的策略，並利用各種行銷的因素組合，活化地區的經濟發展。因此，影響文化創意產業政策興衰之最重要的關鍵即在於其整合行銷層面的發展與落實。

因此，本文將就何謂文化創意產業？文化創意產業如何分類？又那些類別的文化創意產業需要政府插手加強推動、輔助發展？如何推動文化創意產業？及如何將文化產業化，使大家各取所需等等……加以探討，以做為政府推動文化產業之參考。

## 貳、何謂文化創意產業

簡單來說，就是源自創意或文化累積，透過智慧財產的形成運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業。文化產業或可被視為『創意產業』（creative industries）、以經濟術語來說，『朝陽或者未來取向產業（sunrise or future oriented industries）。UNESCO 認為文化產業的概念一般包括：印刷、出版、多媒體、聽覺與視覺、攝影與電影生產，亦等同於工藝與設計。對某些國家來說，這個概念也包括建築、視覺與表演藝術、運動、音樂器具的製造、廣告與文化觀光。

根據聯合國教科文組織（UNESCO, United Nations Education, Scientific, and Culture Organization）的定義，所謂「文化產業」乃是指結合創作、生產與商業的內容，同時這些內容在本質上具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，其形式可以是貨品或是服務。從內容來看，文化產業也可以是為創意產業，或在經濟領域，稱之為未來性產業（future oriented industries）；或在科技領域中，稱之為內容產業（content industries）。英國則定義「創意產業」為源於個人的創造力、技能與才華，透過智慧財產之形成與運用，具有開創財富與就業機會（文建會，2004）。因此，「文化創意產業」乃是指源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。

換言之，文化產業即是結合創造、生產與商品化等方式，運用本質是無形的文化內容，其基本上受到智慧財產之形成與保障，形式可能是物質的商品或是非物質的服務。文化創意產業可以被界定為一個結合許多不同產業的發展模式，藉由政府政策的推動與民間創意能量的發揮，對我國經濟的轉型發展以及民眾生活型態的改變具關鍵性之影響。整體從文化面、創意面、藝術面、設計面來提升人民的生活品質，徹底落實文化創意產業的發展精神。

然而，從歐美的經驗可以發現，文化創意產業往往與「城市再生」（Urban renewal）之議題相連結，特別是較有歷史的城市或區域。而在歐洲的城市中，越是老舊的地區，不但擁有較高的不動產價值和潛藏的經濟力量，民眾的認同的程度也相對比較高。但是這些城市往往也面臨到城市轉型的瓶頸，因此透過城市再生的方式，一方面可以透過結合傳統文化保存與空間規劃，保存有歷史的建築、工藝甚至是生活方式（如日本三島町地區的營造經驗）；另一方面則可以藉此增進民眾的認同，進而創造出一種文化上的價值。從歐美、日本的經驗可以了解文

化創意產業與「城市再生」之間具有高度的相關性。

我國過去的經濟發展政策中，文化創意產業向來是比較被忽略的一環；但是在1995年之後，文建會將此種「文化產業」概念與「社區總體營造」結合，因而有了所謂的文化創意產業之政策。此一轉折與歐美國家發展文化產業的經驗，是截然不同的過程，歐美國家是基於「城市再生」而有文化產業的概念，我國則是透過政策方式，與社區的結合遂行之。我國之所以會有這樣的轉變，主要是因為近幾年來面對有「世界工廠」之稱的中國，在製造業上的強大競爭力，台灣不可能再靠低成本產業賺錢。相對地，在台灣的地方層次，許多具有文化特色的社區或產業紛紛出現。這類產業的特質在於其多樣性、小型化、分散式，但其就業人口和產值一直保持成長，對於環境和生活品質的提昇均有所助益，是當前進步國家極力推動的部門，例如北歐諸國、英國和日本等。故我國中央政府在「挑戰2008：國家發展重點計畫」將「文化創意產業」納入，以作為提升國家競爭力與發展性的重要政策方針。

具體來說，我國文化創意產業計畫，主要是期待藉由結合藝術創作和商業機制，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值。文化創意產業計畫主要是針對上述不同類型之文化藝術產業，就人才培育、研究發展、資訊整合、財務資助、空間提供、產學合作介面、行銷推廣、租稅減免等不同面向提出整合機制，配合地方政府、專業人士、民間和企業之協作，共同推動。（文化創意產業推動組織，2003）。

### 參、文化創意產業的分類

文建會將文化創意產業分成視覺藝術、音樂與表演藝術、工藝、文化展演設施、電影、廣播電視、出版……等等十三類。

UNESCO 主要將文化創意產業分成文化產品、文化服務與智慧財產權三項。文化產品指涉的是書本、雜誌、多媒體產品、軟體、唱片、電影、錄影帶、聲光娛樂、工藝與時尚設計。文化服務則包括了表演服務（戲院、歌劇院及馬戲團）、出版、出版品、新聞報紙、傳播及建築服務。它們也包括視聽服務（電影分銷、電視/收音機節目及家庭錄影帶；生產的所有層面例如複製與影印；電影展覽，有線、衛星、與廣播設施或電影院的所有權與運作等），圖書館服務、檔案、博物館與其他服務。

由上述分類，創意文化產業，大約可分為三類。第一類是傳統的文化產業，以娛樂休閒為取向，包括電視、電影、出版業等，它也是最早發展的文化產業，之所以被稱為「cultural industry」，在於其大眾性以及大量複製的特性。第二類是「創意產業」，是以美感爭勝，由設計師主導的，日常生活所需的文化產業。第三類才是純藝術的大眾化，以求納藝術於經濟活動之中。

然而現代的文化產業並非祇有這些傳統文化產業，可能還應包括以下產業：工業產業、觀光產業、農業產業、交通產業……等等文化產業。雖然這些產業，它所重視的是市場佔有率、行銷策略、與產品開發，而它的生產量乃決定在供需法則及成本效益的平衡點上，因此只重視企業個體本身的盈虧，即為企業本身的內部經濟效益（及投資報酬率），而文化產業除了上述的因素外，它尚有藝術性的、美學的表達，以及內在的省思問題，所以推動文化創意產業需注意以下事項：

- 一、產品要有獨特性，可以是現代的也可以是傳統的，即以創意為主。
- 二、必須能夠吸引人，尤其是年輕人，若能引起年輕人注意，必可為地方帶來新生命與活力並帶動國家經濟發展。
- 三、重視設計：從物件本身的設計、生產、包裝至行銷等等，要設計出具有獨特的、具吸引力的，讓人感到舒適、喜歡進而產生樂趣，即文化創意產業是以設計為主體。
- 四、與節慶配合，以吸引人潮進而留住人潮，來體驗當地文化特色，享用當地文化產品。
- 五、透過文化政策的協助，加強其國際競爭力，發展其獨特性。

#### 肆、需要政府插手加強推動、輔助發展的文化創意產業

文化產業的發展有的並不需政府插手協助或推動，本身就發展得很好，如：第一類傳統文化產業，因其是大眾文化時代的寵兒，本來就容易獲利，且已是成熟的產業。按理說，並不需政府插手協助或推動。但是，近年來台灣部份傳統文化產業也有已沒落或逐漸沒落的問題。例如：

- 一、文化產業龍頭的電影，由於好萊塢電影的強力傾銷，台灣的商業電影完全無法抵擋，早已一蹶不振，唯一能揚名國際的，就是極小眾的藝術電影，靠著新聞局的國片輔導金苦撐。事實上，許多國家如英國、日本也面臨類似的困境，而韓國之能一枝獨秀。是他們強力推動保護本土電影

的政策，規定每年各廳必須上滿 146 天的本土電影，使韓國電影產業能在無後顧之憂的情況下，大力發展。所以，我國如能有韓國一樣的決心與魄力，全國上下一心配合，那我國本土商業電影一樣能重現生機。

二、台灣的圖書出版業在華人市場本居領先地位，近年來，由於網路的發達，以及大陸簡體書籍的興起，也有逐漸沒落的危機。所以，要振興圖書出版業及其他傳統文化產業，仍需政府的協助或推動，擬定政策及長期而有效的專案計畫，才有解決的希望。

除上述，傳統文化產業需政府加強輔導及推動外，第二類的創意產業更是最需要政府鼓勵的。傳統的產業大多是生活需要而生產，而生活中需要美感，「創意產業」是以美感爭勝，由設計師主導的，日常生活所需的文化產業。廿一世紀是美感掛帥的世紀，所謂高附加價值就是美感價值。我國的傳統產業在這方面非常落後，必須急起直追。要怎樣才能把創意文化的精神貫注到傳統產業中呢？要改善此問題，關鍵是在設計，從設計著手，才能對症下藥。同時，也必須痛下決心，發起全民運動，才能真的把台灣的设计推到國際上，以文化創造產值。

至於，第三類的文化的產業尚在襁褓時期。目前國內精緻文化仍沒有擺下身段，走向大眾化的意圖，也就談不上產業化。不過，近幾年國人在精緻藝術生活化方面，仍小有成就。例如故宮利用數位化典藏，授權國內外，將古文物上的內容，美化日常用品販售，頗受歡迎。然而，這類的產業效果不大，仍有許多發展空間。我國有五千年悠久的歷史文化，如果有心利用祖先留下的寶貴文化遺產，是有無限商機的可能。如：三國演義的故事，被日韓等國拿來開發為電玩而大受歡迎，就是活生生的例子。

## 伍、推動文化創意產業

一個政策的施行，需經制度面、法制面、政府機關間及政府與人民間共同努力及配合，才能有效的將政策付之實施，文化創意產業的推動除這些因素外，尚需培養創意人才，支持與輔助具有冒險性之創意產業，並積極擴展國際視野，進而走向國際化。

我國過去的經濟發展政策中，文化創意產業向來是比較被忽略的一環；但是在 1995 年之後，文建會將此種「文化產業」概念與「社區總體營造」結合，因而

有了所謂的文化創意產業之政策。此一轉折與歐美國家發展文化產業的經驗，是截然不同的過程，歐美國家是基於「城市再生」而有文化產業的概念，我國則是透過政策方式，與社區的結合遂行之。我國之所以會有這樣的轉變，主要是因為近幾年來面對有「世界工廠」之稱的中國，在製造業上的強大競爭力，台灣不可能再靠低成本產業賺錢。相對地，在台灣的地方層次，許多具有文化特色的社區或產業紛紛出現。這類產業的特質在於其多樣性、小型化、分散式，但其就業人口和產值一直保持成長，對於環境和生活品質的提昇均有所助益，是當前進步國家極力推動的部門，例如北歐諸國、英國和日本等。故我國中央政府在「挑戰2008：國家發展重點計畫」將「文化創意產業」納入，以作為提升國家競爭力與發展性的重要政策方針。

具體來說，我國文化創意產業計畫，主要是期待藉由結合藝術創作和商業機制，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值。文化創意產業計畫主要是針對上述不同類型之文化藝術產業，就人才培育、研究發展、資訊整合、財務資助、空間提供、產學合作介面、行銷推廣、租稅減免等不同面向提出整合機制，配合地方政府、專業人士、民間和企業之協作，共同推動。（文化創意產業推動組織，2003）。「文化創意產業發展計畫」界定出文化創意所涵蓋的內容，包括：

- 一、文化藝術核心產業：精緻藝術之創作與發表，如表演（音樂、戲劇、舞蹈）、視覺藝術（繪畫、雕塑、裝置等）、傳統民俗藝術等。
- 二、設計產業：建立在文化藝術核心基礎上的應用藝術類型，如流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計、影像與廣播製作、遊戲軟體設計等。
- 三、創意支援與周邊創意產業：支援上述產業之相關部門，如展覽設施經營、策展專業、展演經紀、活動規劃、出版行銷、廣告企劃、流行文化包裝等。

然而，從歐美的經驗可以發現，文化創意產業往往與「城市再生」（Urban renewal）之議題相連結，特別是較有歷史的城市或區域。而在歐洲的城市中，越是老舊的地區，不但擁有較高的不動產價值和潛藏的經濟力量，民眾的認同的程度也相對比較高。但是這些城市往往也面臨到城市轉型的瓶頸，因此透過城市再生的方式，一方面可以透過結合傳統文化保存與空間規劃，保存有歷史的建築、工藝甚至是生活方式（如日本三島町地區的營造經驗）；另一方面則可以藉此增

進民眾的認同，進而創造出一種文化上的價值。從歐美、日本的經驗可以了解文化創意產業與「城市再生」之間具有高度的相關性。

#### 陸、研究發現與建議

基於今日全球化的趨勢，使得政府既要符合全球化的趨勢，更要發展國家經濟及活化都市，故發展創意產業即成為提昇國家競爭力的關鍵所在及成功要素，因此，如何推動、發展，發揮文化創意產業，提出如下建議：

- 一、制度面：中央與地方政府間及政府與民間企業間，應建立完善的溝通平台，使實際參與行動者，是基於共同理念或共識的伙伴關係，積極參與創新發展文化產業，帶動國家經濟發展、活化都市的原動力。
- 二、積極發掘具有發展潛力的文化產業：文化產業種類多樣，並不是每項產業都需政府插手推動，政府首要任務即發掘具有發展潛力的文化產業，積極的支持、推動、贊助其發展。
- 三、培養創意人才：創意是可以透過學習及訓練的，而且一經訓練終生有效。而創意的關鍵是設計，所以積極有效地推行創意訓練即在美育及藝術教育，培養國民具備美感的欣賞能力與對創造力的尊重，提高設計家的名聲及地位。
- 四、師法他國成功發展文化創意產業的經驗：我國過去的經濟發展政策中，文化創意產業向來比較受忽略，直至 1995 年之後，文建會將「文化產業」概念與「社區總體營造」結合，因而才有所謂的文化創意產業政策，然而，因政府對文化創意產業缺乏認識，且方向不正確，致無法擬定有效的策略來推動，使政策無法有效達成，因此師法他國經驗，使政府有效的達成發展文化創意產業。

#### 柒、結語

文化創意產業是一結合許多不同產業的發展模式，藉由政府政策的推動與民間創意能量的發揮，對我國經濟的轉型發展以及民眾生活型態的改變具關鍵性之影響；並整體從文化面、創意面、藝術面、設計面來提升人民的生活品質，徹底落實文化創意產業的發展精神，如此才能讓台灣成為華人世界的創意國度，發展台灣為文化創意最為蓬勃發展的地區。

文化產業面臨很多的挑戰，例如全球競爭、革新、跟上時代潮流（數位化）等等的衝擊，隨時必須更新經營的模式，產生新的夥伴及客戶，因此必須要有創造新產品的能力，這些都是文化產業所必須面對的。

#### 捌、參考文獻

1. 丹麥文化部、貿易產業部著 李璞良、林怡君著，2003，丹麥的創意潛力，典藏出版。
2. 馮久玲，2002，文化是好生意，臉譜。
3. Richard Caves 著 仲曉玲等譯，2003，文化創意產業（上）（下），典藏出版。
4. Bruno S. Frey 著 蔡宜真、林秀玲譯，2003，當藝術遇上經濟，典藏出版。
5. David Throsby 著 張維倫等譯，2003，文化經濟學，典藏出版。
6. John Howkins 著 李璞良譯，2003，創意經濟，典藏出版。
7. 台灣文化創意產業發展計畫 導覽手冊，2004，經濟部文化創意產業推動小組
8. 行政院文化建設委員會 文化創意產業手冊，2003，行政院文化建設委員會
9. 文建會，文化創意產業發展計畫 <http://www.cca.gov.tw/creative/>
10. 文化產業的分類與推動教育文化組政策委員 漢寶德、教育文化組高級助理研究員 劉新圓
11. Mead, Timothy D. 1997, "Federalism and State Law: Legal Factors Constraining and Facilitating Local Initiatives", Handbook of local government administration, New York: 31-43。
12. Lowndes, Vivien and Helen Sullivan 2004, "Like a House and Carriage or a Fish on a Bicycle: How well do Local Partnerships and Public Participation go Together?", Local Government Studies, Vol. 30 (1): 51-73。
13. 行政院文化建設委員會 2004, 〈文建會文化創意產業地方巡禮論壇2003〉，行政院文化建設委員會。