## 逢甲大學 公共政策研究所 碩士學位論文

# 臺中文化創意產業園區 發展策略之研究

指導教授:馬彥彬 博士

研究生:施仲訓

中華民國一百零二年七月



# Feng Chia University Graduate Institute of Public Policy Thesis

## A Study on the Development Strategy of Taichung Cultural & Creative Industries Park

Advisor: Yahn-Bin Maa, Ph. D.

Graduate Student: Chung-Hsun Shih

July 2013

Taichung, Taiwan, Republic of China



# 逢 甲 大 學 公共政策研究所碩士學位論文

臺中文化創意產業園區發展策略之研究

A Study on the Development Strategy of Taichung Cultural & Creative Industries Park

研究生:施仲訓

經碩士學位考試合格特此證明

評審委員

指導教授

主意从

马彦村

公子意思,

高 教林

所長

日期:中華民國 102 年 7月 16 日

#### 誌謝

首先感謝我的指導老師馬彥彬老師,馬老師在課堂、論文、研究中心、人生上甚至是餐桌上的指導,讓我受益良多,感謝老師在我公政所的學涯中的引導、經驗傳授和金門高粱的洗禮!並謝謝口委老師徐偉傑老師與王嵩山老師的口試修改建議,也謝謝逢甲都資系的劉立偉老師和劉昌文老師的推薦與引薦受訪者,另外特別感恩數位匿名受訪者的撥冗參與接受訪談,讓我的研究不至於難產與幻滅。也非常感恩文資局的邱良森學長,在訪談之中學長給予相當大的協助,並在我未來的職涯中給予相當大的建議,在此感謝在我研究當中協助過我的人,謝謝大家,若有叨擾之處請見諒。

感謝逢甲公政所與公政中心的各位師長、助教、學長姐、研究同門、同學、學弟妹,都資系同學、都資壘球隊等等,陪我度過在研究所、研究室兩年時段。研究所學涯中,雖有難忘與繁雜的逐字稿和研討會,但也有不定期的豐盛好料大餐。雖說大學與研究所所學領域不盡相同,但轉換跑道來到公政所的我,在此學了很多實用的理論以及想法,和我當初進公政所的初衷與期待趨同,來日敝人會將兩者融合在一起!

最後謝謝爸媽的支持我的碩士兩年生活,還有從小到大的栽培與投資,也要謝謝 於宜在我碩士生活中添加快樂的元素。以上所有,感激大家!

> 施仲訓 謹誌於 逢甲大學公共政策研究所 人言大樓 2013 年 7 月



臺中文化創意產業園區發展策略之研究

論文題目:臺中文化創意產業園區發展策略之研究

校所名稱:逢甲大學公共政策研究所碩士班

畢業時間:2013年(一百零一學年度第二學期碩士學位論文摘要)

研究生姓名:施仲訓 指導教授:馬彥彬 博士

論文摘要:

在臺灣五大文創園區之中,臺中文化創意產業園區是唯一一個公辦公營的園區, 也是目前世界少數由中央政府單位進駐並經營管理的文創園區。本研究企圖瞭解該園 區的營運現況與問題,尋求在發展策略上的改進。本研究深度訪談公部門官員、私部 門業者與專家學者共九人,探討園區的產業聚落、重大建設、園區區位、政府角色、 園區定位以及營運模式,主要的研究結果顯示:一、園區發展已偏離原有定位。二、 園區內部未能帶動產業聚落效應。三、目前管理單位(文化部文資局)之專業並不在 於促進文創產業發展。四、園區與週邊環境缺乏有效的互動。五、園區內的中央與地 方單位缺乏實質的府際關係互動。六、園區區位與鄰近重大建設將有助於園區的未來 發展。本研究主要的建議如下:一、由第三部門或行政法人化管理園區。二、整合在 地性的文創產業。三、建立中部地區文創產官學平臺。四、改善中央與地方府際關 係。五、園區建立資訊諮詢系統。六、彈性放寬園區營運時間與項目。七、中央常駐 機關之調整。八、園區串連週邊觀光景點。九、廠商共推聯盟品牌。

【關鍵詞】:臺中文化創意產業園區、TADA、文創園區、文創產業



### A Study on the Development Strategy of Taichung Cultural & Creative Industries Park

**Student**: Chung-Hsun Shih **Advisor**: Yahn-Bin Maa, Ph. D.

Feng Chia University

Graduate Institute of Public Policy

Thesis

#### **Abstract**

This research aims at imploring the problems faced and available strategies for Taichung Cultural & Creative Industries Park. Based on interviews with public officials of central and local government, businessman of private sector, and some scholars, the main conclusions as follow: 1. The development of Park has been deviant from what we expected before. 2. The effects of 'industry cluster' do not happen inside Park. 3. The administrative organ now managing this Park has no enough ability to improve this Park's development. 4. The Park needs more interacts with the surrounding. 5. The communication between the local government and the central government was not enough in the Park. 6. The location has potential benefit to the future of the Park.

The main suggestions as follow: 1. Let the third sector or 'executive agency' manage the Park. 2. Integrate the local cultural & creative industries effectively. 3. Establish a Cultural & Creative Industries Platform in central Taiwan. 4. Strengthen the coordination between the local government and the central government. 5. Set the searching system for the audiences so that they can find what they want more quickly. 6. Give more elasticity to the open time and items of operation. 7. Adjust the administrative organ of central authority in the Park. 8. Connect the Park and surrounding sightseeing places together. 9. Promote union band by

companies together in the Park.

**[Keywords]** Taichung Cultural & Creative Industries Park • TADA • Cultural and Creative Park • Creative Cultural Industries



#### 目 次

第	一章	緒論	1
	第一節	5 研究背景與動機	1
	第二節	5 研究目的與問題	8
	第三節	5 研究流程	10
第	二章	文獻評析	11
	第一節	5 文創產業與政策	11
	第二節	5 文創園區類型與範例	26
	第三節	5 我國文創園區與相關研究	47
第	三章	臺中文創園區之規劃與環境	67
	第一節	亭中文創園區之內部規劃	67
	第二節	5 臺中文創園區週邊相關重大建設	79
	第三節	Mi Start NI	
第	四章	研究設計與實施	91
	第一節	5 研究架構	91
	第二節	可究方法與程序	93
	第三節	研究限制與倫理	101
第	五章	研究結果分析	103
	第一節	5 臺中文創園區發展之影響因素	103
	第二節	5 臺中文創園區政策之發展脈絡	115
	第三節	亭中文創園區發展之條件與限制	122
	第四節	亭中文創園區發展之困難與改善	131
第	六章	結論與建議	141
	第一節	5 研究結論	141
	第二節	5 研究建議	149

#### 臺中文化創意產業園區發展策略之研究

參考文獻.		155
附錄		165
附錄一	訪談邀約信與回函	165
附錄二	訪談同意書	167
附錄三	訪談大綱(公部門)	168
附錄四	訪談大綱(經營管理廠商)	169
附錄五	訪談大綱(專家學者)	170



#### 表次

表 1-1	世界主要國家文化創意發展比較表2	
表 1-2	臺中文創園區定位目標、文創產業項目與主管機關對應表5	
表 1-3	2010 臺灣各縣市文創產業商家數與營業額前五名6	
表 2-1	各國文創產業定義比較表12	
表 2-2	我國文創產業類別表13	
表 2-3	文創園區相關政策計畫表22	
表 2-4	Santagata 文化特區與經濟體制表	
表 2-5	英國創意產業分類表37	
表 2-6	中國大陸文化產業分類表39	
表 2-7	北京市主要文創產業群聚區40	
表 2-8	韓國文化內容產業分類表	
表 2-9	五大文創園區定位、營運模式綜理表52	
表 2-10	五大文創園區活動場次與參與人數統計表53	
表 2-11	臺中文創園區相關研究彙整表54	
表 3-1	臺中文創園區都市計畫變更內容明細表77	
表 3-2	臺中市產業聚落類別表87	
表 3-3	臺中市具優勢產業聚落類別表87	
表 3-4	臺中文化創意產業重點聚落	
表 3-5	臺中十大文創街區表89	
表 4-1	次級資料來源表	
表 4-2	訪談對象清單	
表 6-1	臺中文創園區發展條件與限制綜理表14	3

#### 圖 次

圖 1-1	研究流程圖	10
圖 2-1	Heyri 藝術村營運模式架構圖	44
圖 3-1	臺中文創園區平面配置圖	76
圖 3-2	臺中文創園區都市計畫細部計畫圖	77
圖 3-3	臺中文創園區週邊重大建設圖	85
圖 4-1	研究架構圖	91
圖 4-2	研究節圍圖	96



#### 第一章 緒論

全球化導致生產鏈重組的背景下,生產工業製品的廠房面臨遷廠、閒置與倒閉等問題,政府在面對這些所謂的工業遺址,開始重新思考其價值與轉型方式。許多先進國家以文化創意手段,讓這些閒置空間開始有了新的價值,而這些設施亦可成為都市的新藝文亮點;臺灣近年也同樣面臨大型工廠閒置的問題,政府隨即將數處原臺灣菸酒公賣局的閒置廠房做轉型,成為臺灣五大文創園區。

「文化創意產業園區」(以下簡稱文創園區)這項空間規劃策略,在全球被視為一種新穎的空間經濟政策:導入文化創意產業(以下簡稱文創產業)與創造文創產業培育的概念,建立創新、創意及創業的產業環境。臺中文創園區是臺灣五大文創園區中唯一一個公辦公營的園區!以國外文創園區的案例來看,也是世界少數由中央政府一級單位進駐並經營管理的文創園區!因此筆者認為臺中文創園區發展的策略值得深入探究,其發展策略亦可作為其他園區之參考。

#### 第一節 研究背景與動機

誠如 Richard Florida 在《創意新貴 II》一書中所說:創意已成為攸關一個地區、一個都市或一個國家成長發展的原動力,創意已成為眾人皆知的大商機(傳振焜譯,2010)。如何發展文創這個大商機,已成為國家發展的重大課題。

#### 壹、文創產業的潮流

文創產業是 21 世紀以來最具活力的產業之一。此概念最早在 1997 年由英國工黨提出,文創產業近十年來在全球經濟與社會發展中,扮演相當重要的角色;據統計:全球文創產業每天創造約 220 億美元的價值,並且以每年 5%的成長速度持續增加中。聯合國貿易與發展會議所編撰的《2010 創意經濟報告》中提及:在 2002 年到 2008 年之間,全球貿易量衰退了 12%,但是創意產業卻持續地成長,且此六年之間年成長率

皆達到 14%左右,顯示文創產業發展已成為國家多元經濟系統的一種可能性 (聯合國貿易與發展會議,2011;徐中孟,2009)。

繼九〇年代的第三波資訊產業經濟後,文創產業被認為是第四波經濟成長的主力產業。全球經濟與產業的發展因為全球化的關係,而具有削價競爭與生產過剩等問題,必須透過創新和改變服務與商品,進而提升產業價值;這就是文創產業之特色! 英國成功的經驗昭告了全世界,讓世人認識到文創產業的獨特性、不易模仿性和低競爭性等,所以各國開始積極投入,發展文創產業。

文化創意是國家軟實力的展現,有助國家發展與永續經營;文創的投入與轉換能將有形的自然資源和人文歷史相互交融,進而演繹出無限的創造力和想像力。文創產業的發展除了可促進經濟繁榮,亦可帶動文化與社會面向的互動,結合科技、智產與觀光旅遊等,形成一種創新的產業模式,文創將成為創新的催化劑(林炎旦,2011;Flew,2011)。

臺灣在人才、技術、資金、基盤設施及國際化能力上都不足,因此相較於其他國家發展文創逐漸展現成果,臺灣在推動文創產業這區塊整體而論尚未見明顯成效。過去七年多來,政府效仿當年設立科學園區,成立了幾座文創園區,至今卻仍看不見成效(劉新圓,2010;朱歆如,2010;陳介英,2010)。與下表中他國相比,臺灣的產值和就業比重偏低,表示臺灣還有很大的發展空間,可瞭解或師法其他文化創意大國的發展政策,如鄰近的韓國,就業人口比重較臺灣少,但產值卻比我國高出許多,可見臺灣的文創政策與文創園區政策目標與定位,需要好好的全面性的反思。

表 1-1 世界主要國家文化創意發展比較表

國家(年)	產值佔 GDP 比重	就業人口比重
臺灣(2007)	2.59%	2.06%
英國(2006)	6.40%	3.65%
韓國(2006)	3.52%	1.89%

中國大陸 (2006)	2.45%	1.48%
澳洲(2002)	3.30%	3.80%
美國(2005)	11.12%	8.49%
紐西蘭(2001)	3.10%	3.60%

資料來源:行政院文建會,2009;本研究整理

近年來,不論是中央政府或地方政府,都相當注重文創產業:我國文創產業發展 法與行政院組織法相繼三讀通過,文創產業主政的窗口-行政院文化建設委員會升格為 文化部等;可見不管是相關法令或是主管機關,都獲得政策法令上的重視,由此顯示 中央對於文創產業的價值與未來性都日趨重視。

#### 貳、文創園區的興起

2010; Scott, 2004)

在競爭激烈的現代,各國政府為因應全球產業結構大洗牌及提高城市競爭力,以 產業園區為手段推動產業結構轉型或是促進經濟發展,文創園區就是扮演創意經濟發 展的主要策略之一。文創園區可成為推動創意產業的平臺,亦可使園區內產業群聚與 異業結合,更能讓文創產業獲得更大的發展空間。

歐美各國提出許多文創產業政策工具,設置文創園區就是其中一項。文創園區可透過「團塊化」產業鏈群聚效應與規模經濟,形成一個跨界交流和資源整合的據點, 扮演文創產業上中下游的連線,期待園區打造出的平台能具備更多功能,其展出也更 多元。週邊土地發展、基盤設施整建維護、保留特色文化歷史價值、帶動經濟、產業 活動等,都將成為吸引創意階級與強化都市意象的重點項目(楊敏芝,2009;謝慧 青,2003;劉大和,2003;林明志,2007;傅振焜譯,2010;宋祖慈、戴卓玫,

亞洲地區中,以韓國與中國的文創園區發展最早也相對最有成效。韓國坡州出版 城以劃定文化創意產業專區而開發;北京的798藝術園區是老舊電子工業廠區改造而 來,亞洲經濟強國文創園區政策的成效皆不錯,坡州出版城、798 藝術園區在國際上也頗負盛名。回頭看看臺灣,臺灣在《挑戰 2008:國家發展重點計畫-文化創意產業發展計畫》一書中,首次提出創意文化園區,是臺灣規劃五大文創園區重要政策依據,也為臺灣規劃文化(創)園區之楔子。

隨著全球化的潮流,目前臺灣產業大量外移,臺灣必須走出目前以代工為主的製造業和傳統產業,並走向產業的轉型與升級;若轉變為以文創產業為主的設計概念, 而文創園區將可能繼六〇年代加工出口區、七〇年代工業園區與八〇年代科技園區之後,成為臺灣下一個經濟起飛的重要據點。

另一方面文創園區也常為都市再生的策略,扮演城市行銷、都市意象和增強經濟基礎等的代表。過去工業時代發展而興建的巨大廠區,後因工業移往他地或該工業已不符合時代潮流所留下的閒置場所、廠房,各國運用其閒置空間後再利用,並配合城市形象與空間效率,將工業遺址轉變為促使都市再發展的重要基地,其中部分將轉型為文創園區或藝術村等。

#### 參、臺中文創園區的發展瓶頸

邱祖胤(2013)認為臺灣五大文創園區規畫已久,除了臺北華山稍具雛型,其他四個園區,有的定位不明或招商未果,即便是華山1914,也還停留在藝術展演場地的階段,要論培養人才、扶植產業以及發展工作坊等都還太早,目前還看不出企圖心與決心。

而臺中文創園區於 2005 年中央政策定位為「臺灣建築・設計與藝術展演中心 (Taiwan Architecture, Design, and Art Center, TADA)」,廖月靖(2012)引述文資局局長王壽來說,TADA 定位是相當重要的,廠區定調成為建築、設計、展演與創意,不論建物的所有整建、整修或展覽策劃,都應不偏離定位的主軸。然而園區定位經過8年時間,該園區定位與政策為建築、設計與藝術展演仍是較模糊的三大方向,未有更精確的細項定位,且園區內沒有產業鏈的形成,僅以展演空間租賃與文資局辦公空間 為主。且園區舉辦活動多半為展演性質,整個臺中文創園區像是大型展覽會館與公部門辦公場域,不像是創意氛圍濃厚的文創園區。

園區內四家委外經營廠商,各自委外模式皆不同,所適用之法規皆不同,廠商之間又各自為政,未有進一步的營運或活動交流,讓委外廠商感受到只在園區內經營一棟建築物,而未有夥伴關係的概念產生,只有房東與房客之間的關係產生,總之園區未有明確定位目標,可使廠商之間有個共同奮鬥的目標;此外臺中文創園區共有三個目標定位,且三目標定位各主管機關皆不同,園區各發展目標將如何統籌管理與發展,顯然需要進一步討論,如表 1-2 所示。

表 1-2 臺中文創園區定位目標、文創產業項目與主管機關對應表

臺中文創園區定位: 臺灣建築・設計與藝術展演中心	對應到文創法 15+1 類產業	主管機關
建築	建築設計產業	交通及建設部
	產品設計產業	
設計	視覺傳達設計產業	經濟及能源部
	設計品牌時尚產業	
	視覺藝術產業	
藝術展演	音樂及表演藝術產業	文化部
	文化資產應用及展演設施產業	

資料來源:行政院文建會,2011;本研究整理

漢寶德、劉新圓(2008)批判臺中文創園區自2005年開放中部地區設計系所進駐,其中園區部份展覽室供外界使用,而2006年舉辦藝術季,吸引上萬民眾入園參觀。每年投資了上億元經費,只是吸引了數萬人參觀,若假設是民營餐廳或遊樂場,如此的成效早已關店,而在績效評估上,政府僅把園區當成展演空間,使用參觀人數來計算,卻未考慮基本的產值,不像是文化創意"產業"園區。

臺北市與新北市因地理位置鄰近,和資源的網絡分享,兩個都市合起來的文創產業營業額和家數佔了全臺灣的半數以上。文創產業集中化問題和都市發展有關,亦和無明確目標與有系統的推動有關,因此臺中市或全臺其他縣市想發展文創產業,必須尋找自我優勢,突破重圍(行政院文建會,2010)。

在《2011臺灣文化創意產業發展年報》中,臺中市在文創產業家數與營業而排第 三,顯示還有成長空間,位居排名第一、二的臺北市與新北市,因為文創人才與市場 較大,所以具有較多文創廠商家數與營業額群聚,未來臺中市應以在地特色發展文創 產業,提升價值並吸引文創產業群聚,臺灣各縣市文創產業商家數與營業額前五名如 表 1-3 所示。

表 1-3 2010 臺灣各縣市文創產業商家數與營業額前五名

縣市	文創廠商家數	營業額(百萬新臺幣)
臺北市	15,561	413,029
新北市	8,103	84,332
臺中市	5,967	38,841
高雄市	5,024	28,515
桃園縣	2,878	25,725

資料來源:行政院文建會,2011;本研究整理

由亞太文創產業協會調查的「2013 兩岸城市文化創意競爭力調查報告」,調查報告涵蓋文化硬實力與文化軟實力,前者指城市競爭力,即城市基礎、財政、文創與產出實力,後者包含文化內涵度、文化支持度、文化融合度、文化創造力、文化發展力及文化影響力等六個面向進行評估。該協會在兩岸共42個城市的文創競爭力評比中,以中國大陸35個城市,以及臺北、新北、臺中、臺南、高雄、嘉義與新竹7個城市作為研究對象,評價結果前十個城市為北京、上海、臺北、杭州、南京、深圳、廈門、成

都、蘇州與大連(王銘義,2012)。以上資料淺觀臺灣都市之文創競爭力,臺北市獲得第3名、臺中市第11名、新北市第12名,由此排名可知臺中市文創競爭力仍待加強,根據此研究報告分析結果,臺中市政府與臺中文創園區應更致力於提昇臺中市之文創競爭力。

臺中市經過數年的發展後,臺中文創園區週遭環境也有了變化,許多相關重大市政建設的規劃與發展,如:臺中都會區鐵路高架捷運化、臺糖湖濱生態城、臺中州廳及其附屬建築群再利用等等,其中最為重要的是臺中州廳轉型,臺中市政府欲規劃成為創意文化專用區,主要定位為做古蹟旅館,次要是做為藝文空間,未來和臺中文創園區之間的競合關係,定位與目標是否具有高度重疊,有待進一步討論。而文創園區政策應根據週遭實質環境變動,臺中文創園區在兩岸如此競爭的行列中,應有不同的定位與做法。基於以上背景與臺中文創園區發展之需求,本研究將以該園區為對象探討其困難與改進之道。

#### 第二節 研究目的與問題

臺灣在全球化浪潮的席捲下,正沒入全球均質與商品一體化的危機當中,若無法建構屬於臺灣在地特色產業,則可能使臺灣失去走向世界舞臺的機會,我國長期以發展高科技產業及大型製造業為主,對於文化創意相關產業的輔導、建構被視為扶植產業或國家重點發展方向均不多。身為我國直轄市之一的臺中市,未來將扮演臺灣中部區域產業發展的領頭羊;而臺中市文化創意空間發展模式與經驗,對於帶動中臺區域文創產業發展尤為重要,臺中文創園區做為臺中市文創產業發展基地之一,並為五大園區唯一公辦公營的文創園區,故臺中文創園區政策實施、經營模式與定位具有研究與探討之價值。

因此,本研究將利用相關次級資料與深入訪談,以探究臺中文化創意產業園區在經營管理上所遭遇的困境與可能面臨的課題,本研究焦點放在產業聚落、重大設施、 區位條件與政府角色分別對園區有何影響?並做園區定位與經營模式之分析,再討論整合性發展條件與限制,後提出策略規劃。

#### 壹、研究目的

茲就本研究的研究目的, 臚列如下:

- 一、瞭解產業聚落、重大建設、園區區位與政府角色對臺中文創園區的影響。
- 二、瞭解臺中文創園區政策脈絡與定位問題。
- 三、整理分析臺中文創園區發展條件與限制。
- 四、依據研究結果提出結論建議,供相關部門施政之參考。

#### 貳、研究問題

根據上述研究目的,擬訂研究問題臚列如下:

- 一、何種因素影響臺中文創園區的發展?
- (一)產業聚落對園區影響為何?

- (二) 園區週邊重大建設對園區影響為何?
- (三) 園區區位條件對園區影響為何?
- (四)政府角色(文資局)對園區影響為何?
- 二、臺中文創園區起始相關規劃之脈絡為何?
- (一) 園區整體規劃脈絡為何?
- (二)對園區而論最佳發展策略為何?
- 三、園區優劣勢與機會威脅為何?
- (一) 園區內部優勢和外部機會為何?
- (二) 園區內部劣勢和外部威脅為何?
- 四、何者策略有助於對改善園區發展瓶頸?
- (一)何者是園區經營的最佳模式?
- (二)如何讓園區與週邊環境互動?
- (三)何種產業適合導入園區?

#### 第三節 研究流程

本研究研究流程如下圖 1-1 所示:首先探討臺中文創園區研究背景與動機,並形成研究目的與問題;再來針對相關理論、次級資料以及前人研究做文獻評析;後再研究設計中說明本研究架構、研究方法與程序、研究倫理與限制做完整詳述。再將受訪者錄音檔轉成訪談資料,並針對研究架構做歸納與分析;最後,形成本研究結論與建議。



圖 1-1 研究流程圖

資料來源:本研究繪製

#### 第二章 文獻評析

本章文獻評析蒐集有關文創產業、臺中文創園區相關次級資料、前人之研究與理 論整理等等,並呈現國外文創園區成功案例以及我國園區五大園區簡介。此章共分為 三節,第一節為文創產業與政策概述介紹,第二節則是文創園區類型與範例介紹的呈 現,第三節是我國文創園區相關之研究。

#### 第一節 文創產業與政策

從1970年代的石油危機到往後二十年之中,這段期間歐美經濟快速衰敗,傳統產業開始外移到較低工資的亞洲或中南美洲等地,由於都市社會與經濟產業結構改變,生產線的遷移,廢棄工業遺址漸成為髒亂與治安的源頭,而政府為了活化衰敗地區,文創園區成為都市發展部門的工具,目的是促進市中心和逐漸衰退中的社區發展,以藝術為主導的經濟結構調整,政府政策和資金的投入,企圖利用文化創意方式改善老舊都市再生。各國政府發現文化創意也許是都市復甦的關鍵催化劑,且富有經濟成長的功能,除經濟功能外,園區加強地方藝術和少數民族的文化,亦可視為社會福利政策(楊敏芝,2009;林玟伶,2008;Terry,2011;Beatriz,2004;Graeme,2003;Michela & Nicola,2011;廖淑容、古宜靈、周志龍,2005;Bianchini,1993)。

#### 壹、文創產業的定義

經濟全球化下,文化創意產業被視為是產業升級的新契機。而文化創意產業為知識經濟類型之一,也是傳統經濟轉向文化經濟的重要指標,文化是過去式,創意是未來式,產業是現在式,如何讓三者連結之關鍵,將是文創產業發展重要的課題。在美學經濟時代,文化與產業的關係日益密切,對產業而論文化加值創造了產品價值的核心,並企圖運用新政策將具有地方特色的文化藝術發揚光大,掀起以之是經濟為本的文創產業熱潮(楊敏芝,2009)。

世界各國對文創產業之慣用名稱皆不同,目前未有一致性的定義,大致可彙整成五大類型:1.文創產業,以臺灣和德國為主;2.文化產業,以日本、中國大陸和芬蘭為主;3.創意產業,以英國、紐西蘭和香港為主;4.文化內容產業,以韓國為主5.版權產業,以美國和澳洲為主(亞太文化創意產業協會,2011)。世界各國所使用的名詞背後所蘊含的意義,也直接影響了產業特性與類型的不同,各國文創產業定義比較如表2-1所示。

表 2-1 各國文創產業定義比較表

國家	名詞	定義
		指源自創意或文化積累,透過智慧財產之形成及運
臺灣	文創產業	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產業。
		文化產業是創意產業的核心,文化產業是以文化為核
德國	文創產業	心延伸到所有週邊部門與經濟組織;創意產業是重市
		場導向與創新的商品與服務。
日本	文化產業	目的就是創造一種文化符號,然後販賣這種文化和文
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	文 化 座 系	化符號。
中國大陸	文化產業	為社會大眾提供娛樂、文化產品和服務活動,以及和
下四八座	义 1 / 生 未	這些活動有關的集合體。
		文化產業奠基在一個產業中,範圍從傳統產業到商業
芬蘭	文化產業	品牌都算,狹義來說強調文化企業家精神,尤其是商
		品所創造的價值。
英國、紐西		創意產業源自個人的創造力、技能與才華,透過生產
<b>夢</b> 、香港	創意產業	與開發為智慧財產權時,具有創造財富與就業機會的
<b>東</b> 首 伦		潛力。

韓國	上八七户文业	用產業方法生產、展室和銷售文化藝術商品,並以此
	文化內容產業	為經營手段。
टक्क टावी	<b>汇 描 文 米</b>	創意產業涵蓋文化創業,創意產業利用知識和技能,
澳洲	版權產業	透過附加價值、商品化與銷售等,來創造經濟效益
美國	11. 描文米	可商品化的資訊內容產品或服務;再分為核心版權、
	版權產業	交叉版權、部分版權和邊緣版權產業四類。

資料來源:引自林炎旦、李兆翔,2011;陳至凱,2011;亞太文化創意產業協會,

2011; 本研究整理。

而我國文創產業定義基本上以英國創意產業為參考,界定文創產業原則為:第 一,該產業就業或參與人數多;第二,產值或關聯效益高;第三,成長潛力大;第 四,原創性或創新性高;第五,附加價值高(經濟部工業局,2006),而我國的文創產 業類別共分為 4 領域 15+1 類,而這 15+1 類文創產業內容、範圍與主管機關規定在我 國文創法之中。文創法將文創產業定義為「源自於創意或文化累積,透過智慧財產之 形成與運用,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 境提升之產業」(文化創意產業發展法,2010),詳細內容如表 2-2 所示。

表 2-2 我國文創產業類別表

領域	文創產業	主管	內容及範圍	
	(15+1) 類	機關		
		指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣		
	視覺藝術產業	文化部	零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品	
藝文類			公證鑑價、藝術品修復等行業。	
•	音樂及表演藝		指從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相	
	術產業	文化部	關業務、表演藝術軟硬體(舞臺、燈光、音響、道	

			具、服裝、造型等)設計服務、經紀、藝術節經營
			等行業。
	文化資產應用 及展演設施產 業	文化部	指從事文化資產利用、展演設施(如劇院、音樂
			廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館(村)、演
			藝廳等)經營管理之行業。所稱文化資產利用,限
			於該資產之場地或空間之利用。
	工藝產業 文化部	文化部	指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製
			作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等
			行業。
	電影產業	文化部	指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演,及
			提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。
	廣播電視產業	文化部	指利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平臺,從
			事節目播送、製作、發行等之行業。
	出版產業	文化部	指從事新聞、雜誌 (期刊)、圖書等紙本或以數位方
			式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。
			1、數位創作係指將圖像、字元、影像、語音等內
媒體類			容,以數位處理或數位形式(含以電子化流通方
			式)公開傳輸或發行。
			2、本產業內容包括數位出版產業價值鏈最前端數位
			出版內容之輔導。
	廣告產業	經濟及 能源部	指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模
			型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、
			廣告設計等行業。
	流行音樂及文	文化部	指從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創
	化內容產業		作、出版、發行、展演、經紀及其週邊產製技術服
	-		

			務等之行業。
設計類	產品設計產業	經濟及能源部	指從事產品設計調查、設計企劃、外觀設計、機構
			設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設
			計、設計諮詢顧問等行業。
	視覺傳達設計 經濟產業 能源	<b>伝</b> 滅 12	指從事企業識別系統設計 (CIS)、品牌形象設計、
			平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等
			行業。
			1.視覺傳達設計產業包括「商業包裝設計」,但不包
		能源部	括「繪本設計」。
			2.商業包裝設計包括食品、民生用品、伴手禮產品
			等包裝。
	設計品牌時尚	經濟及	指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設
	產業	能源部	計、顧問、製造、流通等行業。
	建築設計產業	交通及	指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。
		建設部	
•	創意生活產業		指從事以創意整合生活產業之核心知識,提供具有
		經濟及	深度體驗及高質美感之行業,如飲食文化體驗、生
		能源部	活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定
			文物體驗、工藝文化體驗等行業。
<b>b</b> 1 ).	數位內容產業	經濟及 能源部	指從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料,運
數位			用資訊科技加以數位化,並整合運用之技術、產品
內容			或服務之行業。
	其他經中央主		指從事中央主管機關依下列指標指定之其他文創產
其他	管機關指定之		業:1.產業提供之產品或服務具表達性價值及功用
	產業		性價值。2.產業具成長潛力,如營業收入、就業人

#### 口數、出口值或產值等指標。

資料來源:屏東教育大學 (2013); 文建會 (2011); 本研究整理

#### 貳、文創產業與政府角色

本個案臺中文創園區目前主事者為文化部文資局,園區經營模式為公辦公營,故 有必要瞭解政府角色對文創園區之影響,政府目前主力推動文創產業發展,因此瞭解 規劃或經營文創園區時,政府應該採取何種角色與角度?並探究政府角色怎麼影響臺 中文創園區的發展,藉由政府政策協助,來增加文創產業的競爭優勢。

Osborne and Gaebler (1993) 在新政府運動一書中認為,其核心概念為自由競爭的企業精神、小而能政府,人民有權扮演監督者與參與者,使原本相對抗的兩方,可建立共享共榮的共識,新政府運動不是批判政府要為人民做事,應該做的很好或少做為妙,而提出政府應該做好政府政策的十項原則:

- 一、發揮指導性:做為領航者,而非過度干預或操作,政府做好契約外包、特許權、 公私合夥等,偏好民營化減少政府規模。
- 二、提升競爭性:政府應鼓勵良性市場競爭與產業間的競爭,引進市場機制、讓政府 行政單位可以彼此競爭性的提供服務。
- 三、鼓勵社區擁有自主性:鼓勵地方政府與社區居民熱心參與地方事務,透過社區自 治委員會提供社區公共服務。
- 四、發揮任務性:政府機關要有彈性,以接受臨時的工作和不定時的調整,認為政府 應以目標與任務為導向,且注重任務的重要優先次序來有效使用資源。
- **五、提高效率**:成效比成本重要,亦重視產出不僅是重視投入,強調公共服務品質與 成效,對於預算的分配以政策成效為標準。
- 六、權力分散:在適當的監督下,充分授權來增加地方的自主權,讓地方政府或機構 發揮因地制宜的功能。
- 七、企業型政府:政府應注重開源節流,透過使用者付費、企業融資與工程受益費等

等,解決財政困境。

- 八、市場導向:鼓勵民間扮演過去政府的部份角色,政府面對不同的公共問題,可透過市場機能的調整,來減少官僚化與科層化的現象。
- 九、顧客導向:政府顧客就是人民,人民權益比公家單位來的更重要,可對民眾提供 更廣泛的選擇,圍繞著顧客需求出發,重視顧客的需求。
- 十、前瞻性:事先防範重於事後的彌補,政府應具前瞻性,注重預防建立如:天然災害或人為災害的預防性制度。

孫煒(2002)認為各國政府以國家名義在經濟領域中扮演的角色,差別在於干預 形式和程度的不同,政府角色有三類:

#### 一、市場中心觀點

以古典自由經濟學派為代表,認為國家只要以最精簡的形式存在,政府只要提供 最基本的核心服務,如:軍事、司法等,其他功能盡可能委外與民營化,主張由市場 主導,如臺北華山 1914 園區整體委外,透過市場機制由民間來做經營管理。

#### 二、發展國家觀點

認為國家需要去調合資源分配,在這過程中會產生市場失靈,因此國家應積極干預市場運作,來改善市場失靈的現象,國家扮演大有為的政府角色,主張由政府來主導產業的全盤規劃與考量,。

#### 三、市場加強觀點

又稱為導航式政府,折衷以上兩者論點,將政府職能調整,政府由公共服務的經營者,轉變為管理者和監督者,以服務替代管理,如臺中文創園區,園區內大部份由公部門文資局做直轄管理,另外有四棟建築委外交由民間做營運,園區整體折衷由民間與公部門共同經營管理。

綜合以上政府角色論點,面對文創產業政策發展,政府責任應是協助民間來發展 文創產業,政府定位應該視環境塑造者,透過幾個方向來促進產業發展,提升交通可 及性、促進交流互動、並盡量減少環境的外部性,政府應主要提供給文化設施以下的服務,基盤設施維護、交通維持與土地使用分區管制,甚至是治安維持,政府不是活動執行者,政府角色應該是推手,而非幕後操控的黑手,政府對於文創園區應是資源支持和定期監督的角色功能,給予適當協助與輔導,而不是干預(丁錫鏞,2003;Bertolini & Dijst,2003;林厚君,2011)。換句話說,政府在面對文創園區的角色應該是,作為監督者和推行者,而非親自經營或主導性過強,干預園區的經營管理,政府反而應著力於提升園區週邊的基礎設施和交通可及性等等。

而楊其文(2009)引用美國土地協會和 Helen Sanse 資料,認為政府若能積極參與 將有助於商圈和藝文活動做結合,園區將會比較容易成功,而政府的扮演角色可以是 綜合性、仲介性質或被動的;並認為藝術表演與設施是影響都市發展的要件之一,就 像學校和大眾運輸一樣,政府有義務提供。故文化設施將影響都市發展,因此政府應 該重視文化設施所帶來之正面效應,並將其視為重要的公共設施一般來服務民眾,而 政府將是仲介者。

面對文創園區的發展政府、學界、NGO、社區組織和居民等,多元行動者的共同參與,所以創意文化園區的推動需要政府的力量外,也需要藝術創作者和經營者的相輔相成下才能順利推動,此模式對於發展文創產業是相當重要的,而許多政府欲透過藝文活動規劃與地方文化的產業化,來創造週邊優質的生活環境和經濟效益,進而提高都市能見度與認同感,此發展模式已漸漸成為政府施政的重心(蔡偉銑,2012;林崇熙,2008;Shahid & Kaoru,2005;陳怡君,2011)。也就是園區政策必須要有多元的參與者,是對園區發展有正面的影響,且園區的藝文活動,可帶動地方發展和凝聚認同感,而這種模式是政府可以努力的方向。

而政府部門裡的技術官僚在文化政策裡是個重要的角色,因此政府角色對文化政策相當重要,不是要求政府在文化圈裡必須做什麼,應該是政府不該做什麼,如果沒有政策和法規,文化所依賴的「自由」,是沒有保障的,文化政策目的是在創造文化發展的基礎建設,但問題就在於臺灣文創政策,內涵要素包融過廣,對於政策的制訂和執行不利,不但易讓政策失焦,且容易使政府和社會資源投入過於分散(龍應台,

2008;陳介英,2010; Lewis & Miller,2003)。因此,政府尤其是技術官僚,對於文創園區應要有更完整的政策配套與定位,避免過於分散,且政府法令的規範還是要保有一定的自由,讓文創產業在自由裡蓬勃發展。

政府應透過政策來促成經濟活動的聚集優勢和解決其限制,但並非每個地方和產業,可以成功透過文創產業政策,來推動地方經濟發展,而重點應該是和地方經濟網絡來結合(Kong,2000;Bianchini,1993;Scott,2000)。也就是說,推廣文創園區的經濟發展,必須和週遭的土地使用或地方經濟網絡做結合,且慎選主力發展的文創產業類別,因為並非所有的文創產業都可透過產業化來達到經濟效應。

#### 參、我國文創產業政策之發展

#### 一、文創產業政策

整理呈現我國文創產業政策脈絡與概念,從社區總體營造、挑戰 2008:國家發展 重點計畫,再到六大新興產業。

#### (一) 起初概念

臺灣文創產業整體經歷過程:1960年代的中華復興運動、70年代十二項建設的文化建設、80年代文建會成立、90年代的社區總體營造等多個階段,才有現在文創產業概念的形成,而1995年文建會在「文化產業研討會」中提出文化產業化、產業文化化,自此臺灣文化產業就成為社區總體營造的核心(李斌,2011)。

早期文建會以「社區總體營造」推動「文化產業」,以重視地方化特色和魅力,可分為三階段:第一階段,重視單一地方示範計畫,做為經驗交流和發展模式的依據;第二階段,由人才培育、觀念宣傳轉變到振興、活化產業和創造優質生活環境的新風貌;第三階段,將長期推動社造的團隊,擴大連結至週邊的人事物。

#### (二)政策脈絡

1.挑戰 2008: 國家發展重點計畫 (2002-2007)

我國文化創意政策最早來自 2002 年行政院公布「挑戰 2008:國家發展重點計畫」

的文創產業發展計畫,因此 2002 年可視為文創產業元年,其計畫願景與目標如下;引用行政院經建會(2008):

#### 計畫願景:

開拓創意領域、結合人文與經濟發展,成為具國際水準的文創產業。

計畫目標:文創產業營業額由 4,200 億提升為 6400 億,達 1.5 倍。

文創產業就業機會由 15.7 萬提升到 23.6 萬人,達 1.5 倍。 娛樂教育及文化服務占家庭總支出比重由 13.5%提升 15%。

文化創意產品參加國際競賽得獎數由 42 件提升到 275 件。

文創產業區域性國際品牌數由3件提升21件。

計畫內容首先提出文創產業的概念,將文化創意視為一種產業,並以產業群聚、產業鏈概念,結合文化與經濟。而我國文創產業定義基本上以英國創意產業為參考, 界定產業原則為:第一,該產業就業或參與人數多;第二,產值或關聯效益高;第 三,成長潛力大;第四,原創性或創新性高地;第五,附加價值高(經濟部工業局, 2006)。

- (1)第一期文創產業政策推動(2002-2007):辦產官學界座談、參訪、考察等, 研擬文化部改制,文化創意發展法等等,由行政院共同協調辦理推動「經濟部文 創產業推動小組辦公室」,為文創產業單一窗口。
- (2) 第二期文創產業政策推動: 2008 年政黨輪替,文創產業政策改由文建會擔任 幕僚工作,取代文創辦公室(黃光男,2011)。

#### 2.六大新興產業 (2009-2012)

臺灣在兩兆雙星及資通訊產業的基礎上,為了因應未來節能減碳、人口老化、創意經濟興起等世界趨勢,2009年政府選定生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護與文化創意等六大產業,從品牌化、多元化、取得關鍵技術等面向,由政府投入資源,輔導與吸引民間投資,以擴大產業規模、增加產值及提高附加價值,維持經濟成長亦可兼顧國民生活品質(行政院經建會,2013)。

2009 年起將文創產業列為六大新興產業之一,並發布「創意臺灣-文化創意發展方

案(期程 2009-2013)」做為主要推動策略,其中 2010 年公布「文創產業發展法」最為重要,且明定主管機關是文化部,依序為直轄市政府與縣市政府,確立了文創產業未來發展的重要性,從 2009 年到 2013 年針對「六大旗艦計畫」和「環境整備」約投入262 億。

六大旗艦計畫:為選取較成熟產業且產值潛力和產業效益大的,電視、電影、流行音樂、數位內容、工藝及設計等共六大產業;環境整備分為五大策略:多元資金挹注、市場流通及開拓、產業研發及輔導、人才培育、媒合和產業群聚效應,其中產業群聚效應就是推動國內五大文創園區。

發展目標:為立足臺灣,開拓大陸市場,進軍國際,使臺灣成為亞太文創產業匯流中心。預期效益:預計提升家庭娛樂教育及文化服務支出比率至15%,六大旗艦產業之營業額至102年突破1兆元,累計創造約6萬7千個就業機會,培養約1萬人次之專業及中介人才。

# 肆、我國文創園區相關政策

臺灣文創園區規劃發展,始於行政院文化建設委員會(現為文化部,以下簡稱文建會)「挑戰2008:國家重點發展計畫」的主導下,利用臺灣五大舊酒廠或倉庫群推動成為「文化創意產業發展計畫-規畫設置創意文化園區」,並以「保存園區工業遺址之建築環境,賦予新的使用功能」為五大文創園區發展主軸,並分別訂定五大園區之功能定位(楊敏芝,2009)。

行政院文建會基於「文創園區」可發揮集聚、擴散、示範與文化設施服務等多項功能,將臺灣菸酒公司減資繳回臺北、臺中、嘉義、花蓮等酒廠舊址及臺南倉庫群等五個閒置空間,做為文創產業發展據點、藝文展演空間及跨領域交流平臺。而五大文創園區規劃與設置,初期發展策略在於整建維護建物與改善園區基盤設施,因長期閒置園區廠房建築物毀壞皆相當嚴重。並積極於園區整體規劃、都市計畫變更、土地撥用、調查研究、修復工程進行、經營管理策略擬訂等等逐步落實。

經數年努力後,雖執行進度受都市計畫變更、土地取得、設計規劃及古蹟、歷史建築工程執行等因素影響,但已逐步推動完成五大園區土地移撥及華山、臺中、嘉義、臺南與花蓮創意文化專用區都市計畫變更,讓後續工作可以更順利推動(行政院文化部,2012)。自 2003 年至 2008 年編列了幾十億的文化產業預算,幾乎可以說是完全浪費了,尤其每年文化產業預算有大約一半花在文創園區,因此背負文創產業發展任務的文創園區,將扮演重大的角色,其重視程度可見一斑(漢寶德、劉新圓,2008),以下本研究整理我國文創園區相關政策計畫表,如表 2-3。

表 2-3 文創園區相關政策計畫表

年	名稱	計畫	計畫目標
		分三方面進行:	主要是建構文化基礎、均衡城
		1.強化縣市文化活動和設施;	鄉文化、豐富國民生活與發展
1994	十二項建設	2.強化鄉鎮、社區文化發展;	精緻藝術,以文化建設來增加 藝文和展演空間,重視地方文
		3.文化資產保存與發展。	化特色多元發展。
			建立有效管理機制,實施高品
2002	擴大內需方案	案 創造城鄉新風貌計畫	質的與人性化的人居空間,凝
2002			聚國人新價值觀,有效推動環
			境改造,提升生活品質。
			以創新為知識經濟的主軸,納
			入國家重點計畫,以提升經濟
2003	挑戰 2008 國家 文化創意產業發展-文化 重點發展計畫 產業發展計畫	文化創意產業發展-文化創意	發展和發展多元的文化特色。
2003		產業發展計畫	其中提出四項設置文化創意產
			業資源中心:1.設置教學資源中
			心、2.成立臺灣創意設計中心、

		3.規劃設置創意文化園區、4.建
		置國家影音產業資訊平臺。
		呈現地方文化特色,以創意為
	新故鄉社區營造計畫-地方文	主,運用當地既有建築空間,
	化館計畫	創造特有的願景,並吸引外來
		觀光遊客。
		環境整備分為五大策略:多元
		資金挹注、市場流通及開拓、
2000 上上於陶文學	創意臺灣-文化創意發展方案	產業研發及輔導、人才培育、
2009 六大新興產業	(期程2009-2013)	媒合和產業群聚效應,其中產
		業群聚效應就是推動國內五大
		文創園區。

資料來源:財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會,2003;本研究整理。

我國政府於 2010 年 2 月頒布《文化創意發展法》(以下簡稱文創法),該法目的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,運用科技創新研發,健全文創產業人才培育,並積極開發國內外市場。我國政府為推動文創產業發展,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,並希其符合國際脈動(文化創意產業發展法,2010)。綜觀整部文創法,可以感受出文創產業發展,欲透過政府直接投資與租稅優惠等方式來發展臺灣整體文創產業。

#### 一、文創法與文創園區經營模式之關連

分析文創法與本研究較有關連之條例,針對有關園區經營模式如下:文創法第七條財團法人文化創意產業發展研究院,意味園區可將透過行政法人來管理文創園區, 對臺中文創園區除了整體委外經營或由第三部門經營外,公共管理理論下的行政法人 模式,也許不失為經營園區的選項之一。

而文創法第十四條發放藝文體驗券,中央主管機關可為培養國人藝文消費之習 慣,並振興文創產業,得編列預算補助學生觀賞藝文展演,並得發放藝文體驗券。換 句話說,臺中文創園區可發放藝文體驗券供民眾進園區內觀賞,而園區管理者文資局 可利用此條例來行銷園區活動,促進園區活絡。

# 二、文創法與文創園區政府角色之關連

文創法關於政府角色協助文創園區、文創產業發展部份整理如下:第二十二條政府機關為協助文創培育、輔助及展演場所所需不動產管理機關得逕予出租,臺中文創園區內委外經營,對臺創與臺酒公司兩家廠商,委外模式即是逕予出租,另外兩家委外廠商則是用國有公用不動產收益原則公開標租,建議未來園區可多委外短期 OT 為期三五年,提供公有空間協助文創廠商或策展人培育、輔助及展演場所。

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,各級政府應該對文創園區給予最大協助,不管是都市計畫、都市設計、交通改善、景點規劃以及基盤設施等,都應給予文創園區最大之協助,另外臺中文創園區應輔導工作坊或藝術家進駐園區,並導入適當創意產業,利用文創園區群聚功能促進文創產業發展。

#### 三、對文創法之反思

文創法經過8年多的準備而誕生,本法主軸以產業為主,在基調上會令關心文化人士憂心,但不可否認,此立法將讓臺灣的文化藝術及相關產業邁向另一個新的局勢。因此,國家在面對多元、豐富、充滿無限可能的文化創意產業時,需要從憲法角度觀察,掌握國家對於此項任務之角色扮演、立法原則、與採取方法等(蔡朝安、王萱雅,2010)。漢寶德(2009)認為文創法對文創業的發展並無太大幫助。文創法應重新思考立法的精神與架構,藝術是文化的核心,近來產業化受到重視,但產業化是否會傷害到藝術的本質,並無定論。政府制訂政策,立發展法,必須從根本處思考。政策與法律不過是手段而已!若政府推動文創產業化,僅僅是美術館、藝文館中裡設藝文商店販售紀念品,那政府就不必大費周章制定文創法了。

本研究者認為文創法未直接對文創園區有任何挹注,因規範過於模糊,大部份都是投資與租稅優惠,頂多文創法第二十五條政府應協助設置文化創意聚落,但未對文創園區有任何建設性的協助,日後政府應對文創園區提出更有建設性之方案,如商業經營管理模式、人才進駐園區政策、導入何種創意產業等等,此些模式更具有實質意義。



# 第二節 文創園區類型與範例

本研究為了知悉文創園區定義與類型,整理數位學者對文創園區的定義、類型做個整理呈現,並尋找英國、中國大陸、韓國文創園區的成功案例,做為臺中文創園區 他山之石。

# 壹、文創園區定義

文創園區的成立,有如八〇年代科學園區的規劃,欲透過資源的整合、高效率的政府行政配合與空間的規劃完善,從培育人才到創意研發,利用群聚概念為基礎,行銷文化商品與形成文創網絡,進而強化文創產業的競爭力(財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會,2003),而文創園區的發展目標是保護創意生產空間,如此才可能進一步衍生,轉變為具有消費創意產品能力的消費者群聚園區,文化產業不是傳統的地方經濟體系,而是全球性的,需要一個平臺來發展,使各地資源可在園區內整合,有許多經濟學和社會學家都認為,文創產業已經或可能對當代生活產生巨大影響(Sharon & Laura,2011;Hesmondhalgh & Pratt,2005;陳怡君,2011)。

而文創園區在空間發展政策上,二十世紀以文化創意主導的都市發展政策,已在 全球有相當的成效,世界各國以都市與文創園區做結合,主要有幾種目的:1.提供文創 創作者發展的空間;2.給予舊城市改善再生的機會;3.進行都市意象與行銷的宣傳;4. 促進文創產業發展帶動國家經濟和文化在國際的影響力(楊敏芝,2009)。

# 貳、文創園區類型

歐美國家開啟文創園區發展的濫觴,文創園區成為1980年代都市再生與藝術振興的都市發展政策。以文創園區為基地,做為吸引與培育都市裡的創意階級,以人力資本和智慧資本為主,再拓展為經濟資本,將基地塑造為創新中心核心,做為週邊創意產業的培訓據點,給予優惠租稅和補助政策,獎勵藝文團體、產業工坊等,重建歷史意義賦予新機能,強化地方認同感(楊敏芝,2009)。

# 一、國外學者對文創園區類型的分類

本研究列舉兩位主要學者 Frost-Kumpf 和 Santagata 對文創園區類型分類如下。國外學者 Hilary Anne Frost-Kumpf 學者用文化特區 (Cultural Districts),描述文化產業的聚落現象,此現象可帶來都市特定區域的繁榮,不帶可以提供藝術活動的設備,更可以促進藝文的展覽,提供相關藝術家發揮所長,更可以讓藝術和社區做更緊密的結合,以下資料引自劉維公(2004;劉大和,2004)整理。

#### (一) 文化複合用地

文化複合用地早期是由大型博物館、表演廳、劇院、學校、圖書館、天文館與動物園等所組成的。當初該用地設置市比較屬於中心商業區以外,帶經過漫長的都市發展後,反而成為了市中心所在地,在不斷的更新與改善設施後,此類文化複合用地,對整體都市發展而論,是相當重要的經濟和文化發展地區。

#### (二)重要藝術機構專區

重要藝術機構專區設置是依附在大型音樂廳、表演廳、博物館與圖書館等,同時 也包含小型藝術組織、電影院與娛樂場所等,且緊鄰中心商業區,並鄰近交通方便與 重要觀光景點,欲透過人潮與遊客眾多的地方發展。

#### (三)藝術與娛樂專區

藝術與娛樂專區著重於提供年輕族群所喜害的文化藝術,讓人感受到比較多的波希米亞風格藝術,包含私人藝廊、夜店與小劇場等,是最主要吸引人的文化設施,也是緊鄰於中心商業區和觀光景點。

## (四)市中心專區

文化特區涵蓋市中心大部分地區,包含中心商業區等,利用都市絕大部份的文化事物去吸引民眾,此類文化設施類型廣泛,包括:餐館、夜店、電影院、公園、觀光景點、重要藝術機構與通俗文化場域,通常市中心專區設立在規模較小的城市中,因比較容易做整體性規劃。

## (五) 文化生產專區

文化生產專區目標重點在於藝術的生產與教育培訓,而非藝術展演功能而已,這 類的文化設施是以工作室為主,吸引如藝術家、舞蹈家與音樂家此類人才等等,類似 表演藝術、私人畫廊與小劇場的文化空間,此類型特區有較高的住宅比例,目的是提 供給藝術家,且不刻意依附在中心商業區或重要觀光景點,人潮與遊客眾多的地方發 展。

另外國外學者Walter Santagata (2002)學者將文化特區分為四類型,產業型、機構型、博物館型與都市型,並認為該四種類型分類差異是顯著的,且文化產業區的所在地可以促進地方發展與經濟繁榮,更相信文化特區是未來經濟發展的新路途。

## (一)產業型文化特區

產業群聚下的模式,園區由內而外的發展模式,園區吸引了眾多工作坊或公司, 利用群聚的好處,如:資訊便利、人才資本雄厚與知識流通快等等,來發展創意商 品,此型特區可快速發展新產品與大量不同的商品,可讓消費者或廠商容易找尋到商 品。

#### (二)機構型文化特區

機構型文化特區所生產的產品是直接和在地文化相關的,特有在地文化品牌,只有當地業者和居民才能開發,在當地才會看到的特殊文化商品,是屬於社區獨有的智產權,類似於臺灣原住民獨特的文化圖騰或服飾。

#### (三)博物館型文化特區

對博物館型文化特區來說,最容易判定的方式是圍繞博物館的藝術社區網絡,只要吸引相當數量的遊客,就已經成功一半了,這類的公共政策,是為該地帶入相當的人力資本和館藏品,可帶來無數的觀光商機,對於建立一個地區的良好國際形象也非常有幫助;此外,該類型特區的影響是相當多方面的,對工藝、設計與觀光等其他活動也是相當有益處。

#### (四)都會型文化特區

都市型文化特區藉由藝術和文化吸引著人們,可為為社區注入一股新的活力,對抗產業轉型所帶來的經濟衰退,此特區亦可再創造新的城市形象,另外都市型文化特

區是一種建物空間群聚並利用來,可用於表演藝術、博物館、文化服務的設施。

表2-4 Santagata文化特區與經濟體制表

特徵	產業型文化特區	業型文化特區 機構型文化特區 博物館型文		都會型文化特區
	設計基礎的商品			劇院
提供的商	影音產品			電影院
品和服務	電影劇照	食展與節慶	博物館網絡	藝術畫廊
	服裝時尚			餐廳
制度	歷史進化論	財產權分配	公共政策	都市政策

資料來源:Santagata (2002);本研究整理。

# 二、國內學者對文創園區類型的分類

本研究列舉兩位國內主要學者楊敏芝和劉大和對文創園區類型分類如下。國內學者楊敏芝(2008;2009)整合分析國內外文創園區,各國設置文創園區目的為吸引多元創意階級人才聚集於此,後再輔以地方特色和文化資產,來打造創意經濟發展,不同類型有不同的意涵和定位,整理有助於本個案研究園區類型資料,簡述如下:

#### (一) 文化園區

主要目標是以文化和藝術產業帶動,市中心、地方城鎮文化及經濟發展,最重要是藉由文化和藝術帶動其他相關產業發展,進而活化週邊住宅和商業發展,振興地方經濟,歐洲各國已有類似的文化空間誕生。在都市內尋找閒置空間,透或文化與藝術組織的進駐,引入文化和消費網絡,來強化與地方的互動發展,主要開發方式是以閒置空間再利用或工業遺址再利用的精神來開發。

# (二) 文化產業專區

主要目標是以產業導向,著重於產業鏈、產業群聚和產業網絡的發展,鼓勵符合 消費需求面的多元文化產業類型進駐,舉代傳統政府補助的文化設施,主要是一定空 間內來發展,劃定都市計畫形式建設,透過文創產業的群聚於特定區域,以帶動相關 產業發展。

# (三)文化旗艦開發

以大型文化旗艦開發建設,帶動都市再發展,透過舉辦事件經濟、旅遊與運動賽事,來提升城市經濟與形象,該地已開始衰敗、衰退,透過文化建設採取的一系列, 再生策略在社會、經濟、文化與環境多方面的改善,再造經濟繁榮。

# (四)社區藝術

地方政府以文化藝術為主軸,來做地方環境的改善,強化公私協力機制,強化社 區與地方認同感,進而強化市民榮譽,是在地行銷和地方經濟發展的主要動力,以文 化和藝術設施投入社區建設,帶動社區生活藝術美學。

若以土地規劃方式和規劃範圍為基準看文創園區,可將園區分為下述四類:

# (一)文化創意產業園區形式

以都市計畫方式,選取一定基地面積,劃定文化創意產業園區,如:北京798藝術園區、韓國Heyri藝術村、國內五大文創園區等。

(二)無圍牆園區(以都市小區域為範圍)形式

選取區內具開發價值的基地,以都市計畫變更形式開發,如:英國雪菲爾文化產業園區、北京宋莊藝術家群落等。

(三)無圍牆園區(以都市一條街為範圍)形式

選取街區具開發價值的基地,以都市計畫變更形式開發,如:臺中特色街道或臺 北都更處的URS。

#### (四)專棟建築開發形式

以一棟舊有建築再利用以都市計書變更或是專區劃定開發,如:臺北西門紅樓。

若以功能類型為基準看文創園區:

# (一)空間再利用型文化園區

主要特色是以閒置空間再利用為主軸,透過重新規劃與設施的整備,提供藝術家或文創產業進駐,來進行創作或展演活動,並重視該空間土地與建物的歷史保存價值與再利用,不強調產業生產過程,較傾向培育藝術的基地,臺灣五大文創園區亦是此類型。

### (二)設施型文化園區

由政府主導公辦公營,推動公共建設投入大型文化設施,來帶動地方經濟成長,此目的主要為,連結文化設施生產創新服務與文化消費等。如:臺中歌劇院。

#### (三)分散型文化產業園區

園區內每一項文化產業皆各具特色,散佈於城鎮中各自空間領域發展地方特色,藉由地方聯盟、地方行銷機制和多元文化活動,導入機制串連各項產業,形成一產業圈。

# (四)產業型文化園區(又稱集中型文化園區)

以產業鏈和產業群聚,引入核心產業與相關產業,依照園區之功能配置園區的實質空間與設施,滿足產業生產的群聚效應,提供便利行政服務以及減少產業之間的交易成本等。此園區常位於土地昂貴的市中心,以混合使用的開發模式,結合文化生產與消費,利用主題性活動拓展園區,園區以一群中小型相關廠商集中於一定的地理空間,可使資訊和相關產業交流快速流通,其目標應強化文創產業部門的創意互動與經濟交互效益。

國內學者劉大和(2004)綜合來說,創意園區目的在於將藝文界、產業界和消費者集合起來,在特定的場域之中,並逐步建構一個研發、創作、生產和整合行銷的產業網絡,以加速文創產業的發展。並認為文創園區應具備四種功能:首先、做為凝聚文創產業群聚功能的基地;次之、從經濟觀點來看,從設計、生產到販售等整體生產環節,都需靠園區做資源的整合和運用;再者、從國家創新而觀,國家整體各種產業的創新需和園區創新結合起來;最後、園區互動交流成長,吸引相同領域和不同領域的專業人才,形塑一個交流互動的創意空間,希望藉此激發出更多的創意與構思,綜合以上園區所需具備的功能提出四種類別的創意園區:

#### (一)消費型創意園區

目的是建立創作者與民眾之交流空間為主,透過消費性的氣氛營造,讓參觀的民眾培養文創欣賞力和文化消費力,園區主要服務對象是文創消費者與入園的民眾,除觀覽展演活動外也希望消費者,進一步體驗由創意、設計與藝術,所營造的文化創意 氛圍,主要是建構普及性的創意之事與產品通路。

而該類型園區設立的位置需特別考量,交通可及性與開放性等區位條件,園區對內是市民的文化消費場所,而對外則是國際性的文化消費據點,展現都市文創產業的軟實力,以服務文化消費者,該園區主要定位有:1.國家級創意文化展示空間。2.推廣地區文化產業中心。3.市民生活美學培育空間。

# (二)創作型創意園區

注重創作環境、藝術傳承與國內外創作團體網絡的形塑和藝文的交流平臺,通常 以藝術中心和育成中心呈現,服務對象是以專業和業餘相關藝術創作者為主,目的是 提供創作環境與創作構思交流,需考量創意設施提供和服務規劃。因服務對象不同, 需和演藝廳、劇院和文化展演設施功能做區分,該園區主要定位有:1.國際型創意文化 交流平臺2.專業文化創意知識傳播3.藝文團體培育機制;

### (三)複合型創意園區

形塑文創產業網絡,並強調孕育、培訓與商業的多元發展,因此會提供產業專 區、設備使用、行銷與諮詢等機制,結合創作型和消費型園區的特點,兼具創作和消費的實質創作商業空間,兩者比重差異,需考量園區當地的地方特色與發展歷程而 定。

綜上所述以本研究個案來看,研究者認為臺中文創園區較屬於複合型創意園區, 導入藝術家、工作坊或文創產業進駐,來進行創作或展演活動,亦重視該空間土地與 建物的歷史保存價值與再利用功能。就目前而言,園區尚缺藝術家或文創產業進駐園 區創作,因臺中文創園區改名後加有產業二字,研究者推論園區自改名後對於文創產 業化,是具有重大意義,意味著園區從空間再利用型文創園區過渡到產業型文化園 區,更意味文創產業進駐與發展對於臺中文創園區來說是相當重要的。

#### 五、國內外文創園區的成功條件

世界各國文創產業園區何其多,但成功的優良的文化創意園區的卻寥寥可數,許多學者認為建立一個優良的文創產業園區,有以下數點。第一,要瞭解週邊的環境、市場情況與可利用資源,包括軟硬體與人才;第二,政府政策要依藍圖規劃並隨時依實質發展而調整;第三,園區整體必須要有效管理;第四,需具有原創精神的地方文化資產的支持;第五,園區的高度創作自由度與低租金等(陳明惠、潘釔天、張佑宇、吳俊德,2012;徐中孟、李季,2012;陳美甜,2010;Sharon & Laura,2011)。

文創園區需提升週遭都市空間與園區內設施的質與量,創造舒適的居住環境,並塑造園區創意氛圍吸引創意人才,而園區週邊還需同性質設施的配合,才有利於創意 氛圍的發展,目前臺灣五大園區以華山文創園區來說是最具規模和成效,但園區對週邊環境的交互效應尚不明顯,效益也不多,有待調整(翁漱璞,2008;林厚君,2011;沈彤芬,2011)。換句話說,園區定位必須和週遭環境和市場相互配合,並正視園區動態發展的過程,在長期發展目標下,需不斷的調整,而非僅有一定範圍場域內做為文創產業發展,週邊的環境區位與政府重大建設也必須考量進去,這才是成為優良的文創產業園區的第一步。因此對於臺中文創園區之發展,必須尋找與週邊環境相融與互動的方式,尋找具在地的特色發揮良善的經營管理,並透過政府的政策支持與規劃,發揮文創園區該有的地方文化特色。

王美雅與陳意文(2010)論未來創意園區,分析了澳洲昆士蘭奇雲角生活村、愛爾蘭數位園區與新加坡緯壹科技城之後,發現該類創意園區特色有四點:1.園區地點均在鄰近都會區和交通可及性高之處;2.具備多元活動,除了生產與研究外,還包含:教育、消費、娛樂與生活;3.園區有大量空間,做為展示、會議與交流之用;4.高開放性空間,除長期進駐的成員,也有高比例的消費者和居民等,透過常駐廠商、社會人文學者、藝術家、消費者和商業服務業者,可使園區兼具研究、娛樂、個人化商品和消費的多元活動內涵,創意園區不只是生產和交易成本的下降,更重要的是異業結合所產生的創意和創新。因此,園區首要需重視創意氛圍的形成,再透過軟硬體配合,更重要是提供創意和創新之場所。

綜合以上,相關文獻與國內外案例分析,界定臺灣文創園區建構功能與其定位,如下(楊敏芝,2008;經濟部工業局,2009)。

#### (一)強化文創產業產業鏈與聚集經濟效應

刺激市場文創產業的合作發展,建立產業聯盟,帶動區域經濟再生;輔導創意設計,強化其競爭力;協助產業與週遭資源結合,發展出區域創意經濟政策,推動長期政策並和產業做連結,個別文創產業定位需明確外,也需由鎮密的產業研究做為長期政策的基礎,在地文化、創意氛圍等,都是文創產業發展的基礎,以英國為例是以創意經濟小組,進行長時間的研究,由產官學界組成委員會,並配合相關部門的資源整合,讓創意產業變成為英國第一大產業。

# (二)採混合式開發,具備文化生產與消費之功能

創造新型態的文化、休閒與商業結合,促進經濟效應;緊密連結文化生產與文化 消費,增加文創產的高附加價值。

#### (三)形成文創產業的平臺

提供市場優惠方案、基金、商業和資訊的支援服務等;增加活動與城市合作關係,並提供產業和市場發展的計畫。

#### (四)有效率整合各種資源

文創產業政策是跨領域的事務,需整合像:經濟部門、觀光部門與都市發展部門等共同合作,制定相關發展策略,在政府的平臺下群聚與交流,才能達到轉型產業結構和促進經濟的效果。例如韓國設立主導整合機構,文化體育觀光部和文化產業振興院,兩者共同成立一個平臺,確認各產業政策可以完整的聯結,並有跨部會小組的定期開會,分析產業需求與調整未來政策的走向。

#### (五)發展臺灣文化創意特色與重點產業

全球化的時代下,各國文創產業的競爭力和核心精神,在於獨特的在地文化,因此各國都發展出獨特的產業,如法國時尚產業、日本動漫產業、泰國設計產業等,臺灣應創造獨特的品牌知名度,並主力發展具潛力的產業,讓臺灣文創產業在全球化下

更有競爭力。

# 六、文創產業與文創園區的反思

施行多年的文創園區政策,真的有成功發展文創產業嗎?劉新圓(2009;黃亞 琪,2011引自丘如華)批判我國自2002年起提倡文創產業至2008年為止,該產業生 產毛額並未顯著提升,可見文創政策尚無功效需要重新檢討。在發展目標定位上,規 劃多年的五大創意文化園區,到底要發展什麼類型的文化產業,整個文創產業園區的 規劃,倒很像藝術村,規劃的美學講堂、傳習教室,其實和地方文化中心業務沒有顯 著差別,園區發展重點亦定位不明確,園區到底要做文化創意推廣與培育,還是要做 為文化商品輸出為主,政府文創政策幾乎沒有個準,導致後端的文創園區政策也無所 適從。

且因夢想家事件,文化元年基金會籌備處藝文界人士推出了九大訴求,其中有建議「暫停並全面檢討所有文化園區發包案」;「終結文化建設閒置浪費與畸形發展」兩項,希望政府別再投入無謂且無目標的硬體建設之中,反而排擠了軟體建設的經費。 政府在2010年的過去9年之間,共投注近60億元,五大文創園區修繕維護預算,竟 占整體文化產業總預算最高七成,最低約三成,難道文創產業全部都要建立在文創園 區內部,且從2010年開始,往後4年還要投入39億元,修繕五大文創園區的42棟建築(黃亞琪,2011)。

另外在園區經營管理方面,園區經營廠商為了追求財務平衡,開起酒吧、餐廳, 文創園區成了另類商業區,且為了加速營運正常化,政府透過 BOT 或者是 ROT,但背 後展開的是商業和文化的拉扯戰,可能因此失去文化創意的初衷(黃亞琪,2011)。園 區為了大量吸引民眾、提高知名度與收支平衡外,園區內除了辦藝術類的展覽外,還 開設了餐廳、咖啡廳與酒吧等等,在不失去文創的本意之下,也許園區會有更好的做 法。

另外針對文創產業化之反思,法蘭克福學派所批判的文化工業規格化與標準化, 不該像福特主義般的大眾化生產與消費,導致大眾文化低俗化與庸俗化,認為可能將 藝術的本質變為,買賣商品和促進經濟的副產品,而忽略了藝術本身的價值(楊敏 芝,2005)。換句話說,未來臺灣發展文創產業應當兼顧文化的本質,需要本土文化的特色發展,並藉由全球化的風潮,轉變成讓世人所知悉的臺灣特有文創資產,不該一昧的尋求文化產業化亦或是使得藝文場域開設商店。

# 參、國外文創園區成功案例

收集國外文創園區成功案例,目的在於提供本研究相關規劃之參考,收集整理了 英國雪菲爾文化產業園區、中國大陸北京市 798 藝術園區案與韓國坡州市 Heyri 藝術村 案例介紹,共三個案例整理如下。

# 一、英國雪菲爾文化產業園區案例介紹

英國創意產業是全球最具典範性的發源國之一,推行數年後為該國最大與最重要的產業之一,故本研究介紹此案例。

# (一) 英國創意產業政策

1980年代,英國發展文化產業政策,主要介於產業政策、文化政策與社福政策之間(Bianchini,1993),文化產業成為都市更新或都市發展的主要政策,目的是要促進經濟,文化產業範疇很廣泛,從純文化藝術到工作坊或商店等,亦可算是。其開發方式,大多以閒置空間再利用或工業遺址的精神來開發(楊敏芝,2008)。

英國是全世界創意產業的發源地,於 1998 年發表創意產業藍圖報告中,正式提出 創意產業,並訂出主管機關「文化、媒體暨體育部」,英國政府的大力推動文創產業發 展,成功讓創意產業在國內成為,超越金融服務業的第一大產業約占 GDP9%(亞太文 化創意產業協會,2011),英國在 2008 年推出創意產業五年計畫(2008-2013),以創 意做為英國文化核心,讓創意成為國家認同」為願景,策略目標有:1.社區營造 2.提升 文化與體育活動參與度 3.促進創意經濟和產業環境,進而提升產業附加價值 4.促進個 人和社區高品質文化和體育活動品質。

英國創意產業群聚是一大特色,主要由區域發展局主導並和文化、媒體暨體育

部,一同改善區域經濟和發展創意經濟群聚,主要協助當地政府瞭解適合何種創意產業聚集,並建立各自創意聚落,而英國自推動創意產業十幾年來,每年創意產業產值和就業人數都穩定成長,明確的政策和高效率的政策執行,讓創意產業蓬勃發展(行政院文建會,2011)。

國家	分類		產業範疇
		1.廣告	
		2.建築	8.廣播電視
			9.音樂產業
		3.工藝	10.互動休閒軟體
英國	13 類	4.設計	11.電影及錄影帶
		5.出版	
		6.表演藝術	12.軟體及電腦服務
		W (E) M	13.藝術及骨董市場
		7. 時尚設計	

表 2-5 英國創意產業分類表

資料來源:亞太文化創意產業協會(2011);本研究整理

# (二) 英國雪菲爾文化產業園區簡述

園區起源於 1980 年代初期,定位為流行音樂與媒體發展為主的園區,目標清楚定位在:振興市中心經濟、改善舊市區環境,是英國最重要培育文化產業與青年創作的園區,園區發展定位為政府主導的都市更新計畫,而文化產業的發展則是引入的標的產業,正好與地方歷史發展有緊密的連結。政府當局目的是希望藉由成立園區,扭轉過去該市的傳統鋼鐵產業的工業城意象,轉型成為創意以及具有活力的文化中心。

該開發方式強調文化園區的混合使用與都市村落的概念,文化園區是為產業區與第三義大利區的發展模式,以後福特主義強調中小型廠商,注重群聚的互補服務或技術設施聚集,在同一空間來達到聚集經濟的效應。

雪菲爾文化產業園區政策,架構在四階段發展計畫和策略,逐步浮現於市中心的

新經濟體:從地方、區域、全國到國際,如同國家流行音樂中心的設置理念,不僅著重地方的內涵,並作為雪菲爾市的都市意象,雪菲爾文化產業園區(以下簡稱CIQ)發展特色有三:

#### 1.定位明確

園區發展計畫,目標定位清楚,鎖定在特殊市場,以青少年音樂創作園區為目的,定位為「流行音樂」與「媒體」發展為主軸,使 CIQ 成為英國重要流行的創作基地,讓青少年有創作發揮的舞臺。

#### 2.資源的結盟與支持

大學教育網絡的支援,扮演重要的角色,提供 CIQ 所需的藝術家培訓場所,讓園區在人才培育、科技技術支援與教育網絡,且 CIQ 旁有科學園區,可提供所需的技術性研發與支援,園區與區外的相關組織與產業形成聯盟分享關係,確保區內發展機能的平衡關係,創造一個區域結盟和利益共享的園區。

# 3.營運管理與基礎設施完善

園區營運管理由第三部門來協助 CIQ 營運與管理工作,必須經常性監控 CIQ 的發展,同時動態修訂發展方向,整合協調資源和政府和其他組織,地方藝術家在園區內佔有極重要的推動者與發起者角色,尤其是音樂工作者與地方製片家,並聯盟串連地方議會力量,共同推動 CIQ 的行動方案,不但可以達到清楚的定位目標,更可讓此自發性的地方力量成為園區永續發展的重要因素,此外園區內建置完善的基礎設施,構成知識、資訊的流通,促使文化產業群聚因此構成創意交流的平臺。

#### (三) 雪菲爾文化產業園區的啟示

CIQ 的發展在政府的介入與都市再生的策略引導下,逐漸成長亦形成園區內部運作和對外制度的模式,園區改變雪菲爾市舊城的窳陋意象,也為 CIQ 帶來成長茁壯的願景。政府的強力介入和區域資源的整合,造就了 CIQ 的成功之路,讓園區成為高效率的成長區域,強化了地方就業與地方經濟,並成為英國文創產業發展的主導角色之一(以上整理自楊敏芝,2009;財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會,2003)。

#### 二、中國大陸北京 798 藝術園區案例介紹

以下簡介中國大陸文化產業政策與 798 藝術園區, 798 為兩岸三地最大規模的文創園區之一,因兩岸民情與文創園區政策類似故介紹此案例。

## (一)中國大陸文化產業政策

「十一五」期間,北京預定規劃30個文創園區,將努力建設成為全國藝文中心、 出版與版權中心、動漫研發中心、文化旅遊中心、設計創意中心等等,中國大陸「十 一五」已經將文創產業做為調經濟結構的重要政策之一(徐中孟,2009),而「十二 五」更將文化產業正式列為國家戰略性支柱產業,加強區域性文化產業建設,並預估 到了2015年文化產業產值到兩兆人民幣。

十二五主要透過三面向,促進文化產業:1.從消費面出發,提高文明素養2.促進文化創新,豐富文化生活與產品3.扶植文化產業,加強文化產業基地和區域特色文化建設,在產業別有六大重點文化產業:影視製作、出版發行、印刷複製、演藝娛樂和動漫(行政院文建會,2011)。

由於中國大陸擁有龐大的消費市場需求與產業結構的演變,因此文化產業出現了 巨大的營利機會,所以更具有價值與投資意義,在世界性的金融危機的影響下,中國 大陸欲進行經濟結構的優化,培育新的成長機制,而文創產業是中國大陸的經濟轉型 和升級的推動主力(Sun Shuqin,2012)。

表 2-6 中國大陸文化產業分類表

國家	分類	產業範疇	
中國大陸	9 類	<ol> <li>1.新聞服務</li> <li>2.出版發行和版權</li> <li>3.廣播、電視和電影</li> <li>4.文化藝術服務</li> <li>5.網路文化服務</li> </ol>	6.文化休閒娛樂 7.其他文化服務 8.文化用品產品生產 9.文化用品產品銷售

資料來源:亞太文化創意產業協會(2011);本研究整理

中國大陸文化政策是以園區建設、產業結構調整轉型升級與舊城區改造為目標, 有三種主要策略:第一,建設文化創意園區;第二,依附大學所專長的學科;第三, 以大學科技園為載體(徐中孟、李季,2012),綜觀中國大陸文化產業政策,關鍵在於 政府運用強勢政策主導,投入大筆資金和優惠政策,且從中央到地方各級政府都積極 配合,尤其是文化園區和博覽會兩大主軸,運用的就是群聚效應(行政院文建會, 2011)。

# (二) 北京市文創園區群聚區

北京市文創產業形成了中軸線與兩翼文化的分佈,中軸線以北京歷史文化區,以歷史文化旅遊為主;北邊則以展演和奧運體育為主;而南邊是媒體產業發展基地,以影視、動漫與網路出版為主;右側是798藝術區為中心;左側是科技教育創新中心和數位娛樂中心,北京市已形成6大文創產業群聚區,如下表(徐中孟,2009):

表 2-7 北京市主要文創產業群聚區

園區名稱	簡介
	利用北京朝陽區閒置廠房發展起來,獨特廠房
798 藝術區	結構和高大的內部空間,吸引一批文化機構與
790	藝術家群聚,已成為中國大陸藝術與時尚地標
	之一。
	基地位置於科技園區旁,主要功能為材料展
得勝園工業設計創意產業基地	示、設計技術、基礎研究、機構培育與交流
付份因上来改訂別思度未至地	等,希望吸引更多設計與社會資源,將建成工
	業設計的平臺。
	以小山子研發基地、公園、室內主題館、萬商
北京數位娛樂示範基地	大厦等為主體,是中國大陸科技部批准成立的
	四代數位娛樂產業基地之一。

	以圖書城為中心,週邊的北大科技園、清大科
中關村創意產業基地	技園、人大文化產業園、北太平莊動漫社寄中
	心和甘家口建築設計帶。
國家新媒體產業基地	「十一五」計畫投入 100 億人民幣,預計引進
四	英國動漫中心、迪士尼等國計知名企業進駐。
東城區文化產業園	主要發展數位內容產業,建立動漫與網路遊戲
<b>木</b>	研發製作中心,和版權貿易與進出口中心。

資料來源:徐中孟(2009);本研究整理

# (三) 北京 798 藝術園區簡述

因北京 798 園區也是工業廠區轉型而來,該園區國際知名,且兩國國情與政策類似,故介紹 798 園區案例;以下資料整理自楊敏芝(2009;徐中孟、李季,2012)。

北京 798 藝術園區(又稱大山子藝術區),簡述 798 的歷史就是由舊廠區(前身是 北京華北無線電聯合器材廠)到藝術區的一個演變過程,面積約為 60 多公頃。園區包 含了展示藝術的 798 地區與充滿創意的 751 地區,分別由七星集團與東正集團管理, 主要核心定位是「時尚、創意」。

因園區良善的規劃、交通便利、建築風格獨特、空間寬敞與租金低廉,吸引眾多藝術家與機構前來租用閒置空間並改造,漸成為畫廊、文創公司與藝術工作室等,成為多元文化空間,798園區的發展特色有三:

#### 1.利用群聚效應

聚集人氣是園區發展的第一步,而 798 園區就業人數逾萬人,年收入 3 億人民幣。而 798 在輻射帶動之下,群聚內的創意產業,因地理位置相近競爭和市場機會較多,資訊與人力資源,週邊已漸形成十餘個文化藝術園區,群聚基地有助於促進產業知識外溢效果與企業家精神,形成一種新穎的空間經濟形式,現隨藝術區影響力不斷擴大,已成為中國藝術的集散地。

# 2.建立平臺,促成產業升級

深入研究 798 藝術區的未來趨勢與區域功能,明確 798 的產業發展目標與方向,逐步引進具有競爭力與影響力的文化藝術機構,形成「一個核心、一個載體、一個平臺」的管理方式,努力爭取展銷平臺、展演設施、優惠租金、藝術獎利金等,並經及參與專家指導委員會及發展促進會的運作,委員會定期和藝術家進行交流與溝通,而政府資源的支持打算將 798 藝術區變成一種宣傳工具。

#### 3.注重創意

創意與藝術需要氛圍,798園區就是努力營造一種氛圍,每一個都一無二在798經營的店家,以自己的特色襯托藝術氛圍,並保留舊有空間在賦予新機能,形成一種場域精神。

# (四)798藝術園區的啟示

798 成功因素在於因地制宜,創造氛圍,聚集人氣。首先,藝術家的存在為優先考量,以文創產業來說其設計、生產與製造,受市場供需影響極大,有明顯的商業性與營利性特徵;其次,政府需利用資源提高藝術區的整體收入;最後,融入城市發展,提升區域競爭力。

## 三、韓國 Heyri 藝術村案例介紹

Heyri 藝術村是韓國文創產業最具代表性的園區之一,且發展目標與臺中文創園區類似,故介紹該案例。

#### (一)韓國文創產業政策與園區政策

韓國在1997年的亞洲金融風暴後,積極推動觀光與文創產業,並在1998年提出文化立國,並將文創產業視為促進國家經濟發展的重要產業,透過政府與民間合作並進行整合,再於1999年通過《文化產業振興基本法》,推出多種獎勵辦法,促使民間參與開發文化創意,文創產業的推動更有法源依據,更成立韓國文創產業最高主管機關韓國文化產業振興院,協助文創產業增加附加價值、走入國際市場、把舊有傳統文化轉型成為創意產業。並預計在2001年計畫將文化內容產業產值由1%成長到5%,成為全球五大文化產業國之一,為了推動文化產業,韓國訂出文化國格規劃1.允許文化多樣性2.提高國際交流3.加強韓國商品特色4.建構國家形象5.加強文化創造力,塑造

韓國自我品牌,來提升國際文化影響力,最後促使文化商品出口(行政院文建會, 2011),韓國將文化內容產業分為六大類,如下表所示:

國家	分類	產業範疇		
		1.漫畫產業	4.電玩產業	
韓國	6 類	2.電影產業	5.動畫產業	
		3.音樂產業	6.人物產業	

表 2-8 韓國文化內容產業分類表

資料來源:亞太文化創意產業協會(2011);本研究整理

更在 2009 年將文化產業振興院改為韓國文化振興院,主要任務為:人才培育、海外擴張、產品製作、商業化和技術移轉、基礎設施興建與管理等,振興院成功讓文化內容產業創造新的韓國經濟奇蹟,綜觀韓國文化產業蓬勃發展有三大要素:1.政府政策主導且全面支持與重點產業輔導2.韓國民族與文化認同感高3.數位普及率高與相關科技發達(亞太文化創意產業協會,2011)。

韓國在文創園區政策部分,其目的是欲利用群聚力量,以最小成本獲取最高效益,園區的群聚效應包括,聚集生產要素、集約利用土地、共享經濟資源、分攤配套成本及綜合治理環境等。韓國從2001至2010年,共建了十多個文創園區,裡頭有10個傳統文創園區、1-2個綜合文創園區,目的在利用資源組合,形成產業規模優勢,提升研發能力和文化產業的整體實力(楊敏芝,2009;劉新圓,2009)。

未來更努力韓國打造「尖端產業園區」,由國庫支出約 150 億韓園,目的是推動地方文創產業聚落,如大邱(遊戲)、清州(教育娛樂、遊戲)、釜山(電影、影像)、慶州(工藝品、3D產業、歷史文化中心)、光州(影像、個性化商品)、春川(動畫)、釜山(電影、影像)、大田(影像、遊戲)、全州(數位影像、傳統文化、亞洲文化中心)等;而海外則是廣設文化院並積極主動出擊,2011 年底全世界將成立 24 個文化院,負責推廣韓國觀光、文化藝術與體育等,來擴大韓國流行文化經濟效應(邱莉

玲,2011)。

# (二) Heyri 藝術村簡述

在 1994 年韓國就有初步規劃 Heyri 藝術村的構思,1997 年還依附在坡州出版城且規模小,而 Heyri 命名為京畿道坡州地區傳統農謠而來。目標定位是建立一個具國際競爭性的藝術村,兼具創作、展示和展演的文化場域。現發展成商業、藝術、文化與休閒多元複合功能的藝術村,聚集韓國國內藝術與文化人士包括:作家、建築師、藝術家、音樂家與電影相關工作人員等等,整個園區大約有500位從事相關藝術家齊聚在此,讓 Heyri 藝術村漸漸擴大,讓自然、人文與藝術相互融合,成為新的主題城市,後逐漸擴大成為佔地15 公頃的園區,約為臺中文創園區的2.5 倍大。

該地區建置超過 100 個畫廊與展覽廳,讓常駐的藝術家作品可就近展覽,成為藝術創作的基地,另外也有超過 100 個工作坊提供給畫家、工匠、雕刻家使用等等,還有大約 100 個藝術商店和骨董店設立,是藝術村中主要的展售中心,並設有 10 個會議廳可供相關藝術類別舉辦研討會的空間,Heyri 藝術村的發展特色有下列數點:

#### 1.開發與營運模式

管理模式為成立委員會形式進行管理,由建築師、藝術家、畫家等組成委員會管理藝術村內大小事物,組織結構是由十人委員會來進行管理藝術村。而建築設計部份,是由建築師規定一套標準規範建築風貌,讓建物本身也是一個藝術展示品。

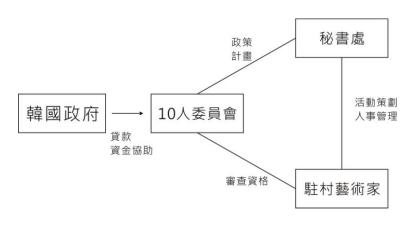


圖 2-1 Heyri 藝術村營運模式架構圖

資料來源:楊敏芝、翁政凱(2009)

## 2.與自然環境相結合

以生態規劃保留原來地形地貌,包含:沼澤、河流、花草樹木等,園區並採用綠 建築和綠色網絡整體規劃方式,建築物維持與大自然共存,該園區內建物皆低於三層 樓,為保留特殊的天際線和人性尺度的城市。

#### 3. 園區內設施皆有藝術氣息

所有在藝術村內的個體都是一件藝術品,小到指示牌或圍牆大道廣場和建築物, 皆具有藝術氛圍,營造整個藝術村本身就是一座建築博物館,目前園區裡頭建物達一百多棟,未來將可達到三百多棟。

#### 4.獨特的文化藝術與資訊中心

村內保留獨特特色文化和藝術的理念,來成為國際具競爭力的場所;並建構完善的資通訊設備,具由高度現代化的資訊中心,可即時向世界宣傳(以上資料整理自楊敏芝,2009;徐中孟、李季,2012)。

# (三) Heyri 藝術村的啟示

原本該區域內只單純做文化、藝術與出版等等的生產行為,但隨著活動都在同一區域內時,能提供廣泛的廠商之間的交流,刺激創新與改變,由原本的競爭關係轉變成為競合關係,在群聚內的生產活動,大大提升了創新能力,長期目標是製造到消費都在園區內完成。

在資訊交流、知識外溢和人才流通的促使下,由只單純的生產活動,轉型成為生產與消費的複合功能,讓韓國在文創產業成為東亞地區具代表的亮點之一;另外, Heyri 藝術村和坡州出版城兩者相輔相成的成功開發方式。雖兩個地理位置相近,生產方式類似,但生產產品不重疊,相互構成相互支援的產業關係(徐聯恩、樊學良、林建江,2007),此可借鏡為臺中文創園區和臺中州廳,兩者的共同發展模式,展現不同的功能來達到獨特的競合關係。

韓國民主化時,也展現工業化後的文化產業化,民主化排除對創作的制約,讓文化人自由去創作,產業化也確保了文化資本和人力,這樣韓國的文化產業才能蓬勃發展。而韓國文化產業成功的第一個關鍵因素,不是「產業化」,而是「民主化」。因為民主,人民的創意才得以釋放,在文化內容產業不斷出現創新;換句話說,沒有人才

的創意展現,任何的產業計畫和行銷操作,也救不了內容的空洞(龍應台,2008)。因此,初步應將可文創產業化的類別,先做產業化的規劃,來確保一些文化資本和人力資本的累積,進而擴大消費族群和消費力。

# 四、對臺中文創園區發展之啟示

前述三個國外案例之啟發,都有幾個共同的現象,若文創園區欲經營有聲有色,第一園區定位與目標明確,瞭解整個地區的市場或有潛力發展文創之在地文化,並冀園區定位與市場或獨特在地文化做結合,第二整體園區經營需有效統合管理,包含建物空間、園區動線、營運模式、人力等等,都需高效率管理制度,第三利用藝術家、工作坊等文創相關產業群聚效應,透過資訊交流、知識外溢和人才流通等結合來達到文創園區之規模經濟,以上三處文創園區案例之啟發與前述文獻評析之文創園區成功條件吻合,因此以本研究個案臺中文創園區來說,園區欲發展成功需考慮以上三點建議。

# 第三節 我國文創園區與相關研究

本節呈現我國五大園區設立規劃背景以及定位做法,後整理臺中文創園區相關研究並在文末做評析。

# **壹、我國五大文創園區之設立**

五大園區設置主要目的為,將五大文創園區視為文創產業發展的重要示範基地, 藉由園區的經驗累積,逐步帶動臺灣文創產業的發展(楊敏芝,2009),而臺灣五大文 創園區由北至南依序為:華山文創園區、臺中文創園區、嘉義文創園區、臺南文創園 區、花蓮文創園區依序介紹之。

# 一、華山 1914 文化創意產業園區

# (一)規劃背景

臺北酒廠位於臺北市忠孝東路、金山北路、杭州北路、市民大道所圍街廓,為臺 北市市民大道沿線重要工業遺址之一(其餘為建國啤酒廠、松山菸廠、臺北機廠),隨 著經濟快速發展,位於臺北市黃金地段的製酒廠,因地價日益昂貴,且再加上製酒產 生的污染問題難以克服,於是配合都市計畫,於 1987 年遷至新北市林口工業區,華山 作為酒廠的產業歷史最終也畫下了句點。

本預定面積原為 7.36 公頃,後經陸續擴充區域面積共計達 10.15 公頃之廣。廠區現況:廠內舊有建築將予以保留,臺北市政府文化局辦理古蹟指定作業,烏梅酒廠、三樓試驗室與煙囪,指定為市定古蹟,並建議米酒作業廠與四連棟登錄為歷史建築,園區轉型之後便針對週邊環境進行改造,將園區規劃為創意工坊、公園綠地及展示中心,目的在於提昇國民生活美學與國內設計能力,並提供一個讓藝術家交流及學習,甚而推廣暨行銷創意作品的平臺。2007 年 2 月文建會以促進民間參與模式,規劃「華山創意文化園區文創產業引入空間整建營運移轉計畫案」,並 2007 年 12 月由臺灣文創發展股份有限公司依約取得園區經營管理權。(楊敏芝,2009;華山 1914 文創園區網

站,2012)。

## (二) 園區定位與做法

華山文創園區以「文創產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造」為發展定位, 以酷(前衛、實驗、時尚)和玩(娛樂、享樂、玩樂)為規劃主軸,欲扮演跨界藝 術、產業互動的場域、建構交流的平臺。園區主軸有以下三點:

- 1.舉辦年度性的創意生活主題活動與競賽:邀企業贊助,促進消費者對創意產品認同; 並建立市場流通性,介紹創意生活品牌之研究。
- 2.辦理華山藝術生活節:每年選定一個月舉辦以城市生活為主題,邀請國內外重量級表演藝術團體,促成臺灣表演藝術節目輸出,擴大臺灣表演團體的國際影響力,帶動城市行銷與觀光。
- 3.塑造臺北文創產業軸帶:整合華山文創園區、松山文創園區、故宮博物館與建國啤酒廠等文創園區資源,再結合沿線科學園區、軟體園區、文化設施與時尚設計街區等形成軸帶;其中松山文創園區發展以設計產業和視覺藝術產業為主軸、建國啤酒廠以啤酒文化園區和產業活化保存為主軸,以整體策略定位與行銷,將帶領園區產值及經濟效應最佳化(行政院文建會,2011)。

### 二、臺中文化創意產業園區

## (一)規劃背景

隨著時代潮流,及因應臺中市都市計畫規劃發展之需,臺中酒廠於 1998 年搬遷到臺中工業區,並留下大片工業遺址與歷史建築,臺中舊酒廠位於臺中市南區與臺中後火車站西側相鄰,臺中市復興路、民意街、信義路、合作街所圍街廓,廠區面積約為6.3 公頃,臺中分局辦公廳已列入臺灣菸酒公司作價投資後減資交回國有財產局。目前依國家資產經營管理原則,菸酒公司可租用或委託經營方式繼續使用。

園區內歷史建築及製油機具設備,為目前全臺各酒廠工業遺址中保存最完整的一個,2002年7月臺中市政府順應民意將全區登錄為歷史建築16棟,同年文建會接收臺中舊酒廠後即定位為文創園區。目前園區都市計畫已變更完成,由文建會用做為創意文化園區,臺灣菸酒公司需停止租用或經營,該土地應配合本會來規畫情況做因應處

理(楊敏芝,2009;臺中文化創意產業園區網站,2012;戴卓玫,2010)。

臺中文創園區2005年曾有臺中技術學院室內設計系、朝陽大學建築系及工業設計 系、大葉大學空間設計系及造形藝術系、逢甲大學建築系與嶺東科技大學設計學院相 關科系學生進駐 (陳怡君,2011),但現已全數退出,僅維持約兩三年。

### (二) 園區定位與做法

臺中文創園區以「臺灣建築·設計與藝術展演中心」為發展定位,主要用意是促成臺灣與世界建築設計產業聯結,並強化建築與設計專業領域,欲提升臺灣為亞洲創意設計產業重鎮之一,園區主軸有以下五點(行政院文建會,2011):

- 1.整體規劃:具整體實質環境與趨勢,規劃主題邀請創作者群聚,扶植創意產業打造文 創品牌,帶動週邊產業鏈更多的創意產業投資與發展,並辦理創意生活節,欲透過園 區整合的平臺,達成活絡創意產業之效應。
- 2.推動中部文化圈整合行銷計畫:結合中部文化圈組成策略聯盟,帶動區域整合與文化 學習的目的,規劃文化深度(文創產業、閒置空間與文化資產)旅遊行程套餐。
- 3.建置專屬行銷平臺:以園區為主,整合中部資訊促進資源共享與行銷,以達中部文化 圈整體形象與宣傳。
- 4.打造國際級設計中心:設置資源充足與專業設備的設計育成中心,提供國內外設計師 一個學習、交流的空間,並透過經營管理、產業體系與行銷企劃的互動,結合中部設 計產業,塑造國際級設計中心。
- 5.每年舉辦中部文化圈博覽會與藝術展演活動。

# 三、嘉義文化創意產業園區

#### (一)規劃背景

嘉義酒廠位於嘉義市中山路、民族路與新民路交界路口,基地鄰近嘉義火車站, 廠區面積 3.99 公頃,為因應地方政府都市發展及擴充產能,奉省政府核准分二期遷建 於嘉義縣民雄工業區,嘉義舊酒廠於 1999 年正式劃下句點,廠區自嘉義酒廠遷廠後閒 置至今,廠區內仍留有部份生產、包裝機具,廠內 7 棟建築登錄歷史建築,園區基地 形狀呈現東北西南走向長條狀,建築群分兩個大單元,座落於基地的兩旁呈現線性的 分布,有如街道般的建築空間感受。嘉義文創園區因每棟建物之興建年份不同,而形成建築新舊不一,現代建築穿插著日治時期的歷史建築,而呈現出不同世代融合的場域(楊敏芝,2009;嘉義文化創意產業園區網站,2012)。

#### (二) 園區定位與做法

嘉義文創園區以「傳統藝術創新」為發展定位,實踐傳統技術與藝術之創新及轉型,以酒文化產業為基礎,結合南部傳統工藝、當代藝術與故宮南院等,視覺與表演藝術資源發展,園區主軸有以下四點(行政院文建會,2011):

- 1.整體規劃:以嘉義文創產業的在地特色與區域性為基礎,串連嘉義交趾陶工藝、嘉義國際管樂節與阿里山木業等,期望達到文創產業整體區位發展、人力資本與產值提升。
- 2.挖掘創新能量:每年度選取區域內具有產業發展潛力的產業,補助開發創新資金,建 立品牌形象,進軍國際市場。
- 3.導入學術資源:結合大學在地學術資源,以園區為中心基地,引進創新輔導機制,促進地方產業創新、轉型。
- 4. 開發異業合作機會:邀請優良文創業者及工作者共同參展,提供合作開發、展售及交易平臺,加強網絡交流活動,促進異業結合機會。

#### 四、臺南文化創意產業園區

#### (一)規劃背景

臺南北門倉庫群位於臺南市北門路及公園南路交界路口,東側臨縱貫鐵路,南臨臺南火車站,廠房面積約為 0.97 公頃,區內土地及建築物為倉庫所用,配合創意文化園區計畫內容,辦理都市計畫變更為特定專用區。臺南文創園區因人潮與交通便利性區位相當優越,且和成功大學僅有鐵路相隔,具有臺南舊市區和教育資源,因此未來發展有多方向選擇,臺南文創園區面積規模較小於其他四個文創園區,但其區位是最貼近火車站門戶(楊敏芝,2009;行政院文建會 2002)。

# (二) 園區定位與做法

臺南文創園區以「創意生活媒體中心」為發展定位,欲發展文化生活與產業環境

整合創新平臺,以媒體中心為主。並透過三個核心1.創意生活發展中心2.創意生活體驗中心3.生活美學育成中心,創造臺灣風格產業機制,推廣文創產業生活化,打造臺灣生活風格品牌。

在串聯臺南境內,以時尚設計和數位內容為主的永康創意設計園區、總爺工藝園 區與蕭壟文化園區等,並納傳統工藝、觀光節慶、在地歷史文化等資源,結合學術人 才、非營利組織與當地文創業者,共同創造南部區域文創產業。

# 五、花蓮文化創意產業園區

# (一)規劃背景

花蓮酒廠位於花蓮市中華路口與中正路交界路口,為中華路、仁愛路、民國路與明義街所圍繞之完整街廓,廠區面積約為3.3公頃,該區自民國1988年遷廠後已閒置十餘年,後於民國2002年全區登錄為歷史建築,花蓮酒廠業務遷至美崙工業區,六十餘年製酒功能遂走入歷史。2011年由文建會以ROT標案,徵求民間參與投資花蓮文化創意產業園區之整建營運,現為新開股份有限公司取得經營管理權,第一期試營運開放總樓地板面積30%,第二期試營運開放總樓地板面積50%,預計2015年全區營運(楊敏芝,2009;花蓮文化創意產業園區網站,2012)。

# (二) 園區定位與做法

花蓮文創園區以「文化藝術產業與觀光結合之實驗場域」為發展定位,強調三生「生態」、「生產」與「生活」並重,建構成東部文化櫥窗,整合花蓮人文與自然觀光條件,園區規劃為傳統及現代融合之空間,推動文化觀光產業及創意生活產業。園區主軸有以下三點(行政院文建會,2011):

- 1.資源串連行銷東部:整合公部門與私部門資源,強化東部文化觀光、文化體驗、地方 特色產業和文創產業,行銷東部地區文創產,帶動地方經濟發展。
- 2.文化和觀光做結合:結合花東風情與多元民族文化特色,以園區為平臺舉辦體驗藝術季、生態旅遊季與東部文化季等,一季活動期間約3個月,並依主題促進文化與觀光產業結合。
- 3. 規劃深度人文旅遊行程: 串連具在地特色社區、地方文化館、花蓮文學、藝術與石雕

家群之工作室,打造文化旅程點,行銷至國際。

以上五大臺灣文創園區,其中華山 1914 文創園區位於人口與消費力眾多之臺北市,因民間經營、首都效應之下,是公認活動場次與參觀人數,最具成效的文創園區,但也最受藝文人士所詬病,批派過於商業化與且未有在地文化融入園區,批判認為不是有商家進駐園區之中就是產業化;而公辦公營的臺中園區剛好可以與之做比較,以公共服務為重的臺中文創園區,目的與立意甚佳,但難免有公部門之科層體制出現,希望藉由本研究一究臺中文創園區文資局,這個政府角色對臺中文創園區之發展影響。綜合以上臺灣五大園區另加入松山文創園區,將園區定位、經營模式與園區經營者之整理,如下表所示。

表 2-9 五大文創園區定位、營運模式綜理表

	園區定位	營運模式	園區經營者
華山 1914 文化創意產業	文創產業、跨界藝術展現與	皇灣文創發展 全區委外 有限公司	
園區	生活美學風格塑造		
吉山上儿似立文州国历	臺灣建築・設計與藝術展演	八粒八枝 上月初上次口	
臺中文化創意產業園區	中心 (TADA)	公辨公營	文化部文資局
嘉義文化創意產業園區	傳統藝術創新中心	全區委外	2013 年 2 月招商
臺南文化創意產業園區	創意生活媒體中心	全區委外	2013 年 1 月招商
<b>计结子儿创在文料</b> 国历	文化藝術產業與觀光結合	入口禾儿	<b>並服肌ルナ</b> 咽 ハコ
花蓮文化創意產業園區	之實驗場域	全區委外	新開股份有限公司

資料來源:本研究整理

以下為 2006 年至 2011 年 10 月,由行政院文建會官方統計資料,可發現總計欄每年活動場次與參加人數有逐年增加的趨勢,並在 2009 年五大文創園區參與人數破一百萬人次,而華山文創園區與臺中文創園區,是五大創園區中參與人數與舉辦場次最多的兩個園區,顯示臺灣五大文創園區參觀人數與活動場次漸漸在提昇中。

表 2-10 五大文創園區活動場次與參與人數統計表

年份園區	2006	2007	2008	2009	2010	2011/10	合計
# N. M. C.	145	87	307	381	496	252	1,668
華山文創園區	(265,000)	(45,004)	(309,685)	(432,294)	(669,457)	(781,773)	(2,494,213)
** ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** ** **		155	95	200	188	34	672
花蓮文創園區	-	(32,316)	(51,800)	(64,740)	(134,348)	(14,213)	(297,417)
本上上別同日	26	53	90	Ep 15	419	291	894
臺中文創園區 	(75,000)	(35,830)	(91,200)	(500,000)	(400,000)	(271,468)	(1,373,498)
古美人烈国历			1	6	13	8	28
嘉義文創園區 	-	- [[	(2,000)	(12,850)	(6,736)	(24,976)	(46,562)
*			All Co	1		47	48
臺南文創園區	-	-	Par S	(13,000)	V	(9,390)	(22,390)
總計	171	295	493	603	1,116	632	3,310
	(340,000)	(113,150)	(454,685)	(1,013,884)	(1,210,541)	(1,101,820)	(4,234,080)

資料來源:行政院文建會(2011);本研究整理(括號內為參加活動人次)

# 貳、臺中文創園區相關研究彙整

研究者以臺中文創園區、臺中 TADA、臺中舊酒廠以及臺灣建築·設計與藝術展演中心為關鍵字,於 2012 年 12 月至臺灣博碩士論文知識加值系統與華藝線上圖書館搜尋,找出下列有關臺中文創園區論文與期刊數篇,以供本研究者瞭解過去研究臺中文創園區之文獻。搜尋相關臺中文創園區為研究主題的期刊、論文,從 2003 年到 2013年共 16 篇論文,以這 16 篇期刊、論文相關研究之中,選取與本研究較有關的主要結論並整理,如下表所示。

表 2-11 臺中文創園區相關研究彙整表

作者	論文主題	主要結論
		研究分析發現:
		1.未婚、女性、學生、年齡 40 歲以下及收入
		20,000 元以下民眾前往臺中文創園區休閒動
		機較積極。
		2. 男性知識效益較女性強烈,未婚、年齡 21-
		30 歲民眾在社交效益較強烈。
柯丞珮	民眾前往臺中文化創意園	3.前往臺中文創園區民眾之生活型態分為保守
(2013)	區之生活型態、休閒動機	型、衝動型、穩健型與活躍型。
(2013)	與其休閒效益之研究	4.其中以活躍型的民眾前往臺中文創園區之位
		閒動機與休閒效益較強烈。
		5.民眾與工作同事同行產生社交效益愈強烈
		且停留時間愈長產生社交效益與文化效益愈
		高。
		6.前往臺中文創園區民眾之休閒動機對其休閒
		效益具有預測力。
		本研究結論發現:
		1.臺灣文創園區已規劃多年,但發展仍然緩
黎易俊	臺灣文化創意產業園區樣	慢。
(2013)	態及設置條件之研究	2.相關文創政策應制訂明確且配合措施。
		3.文化部需增加政策執行力,並做好園區溝並
		之橋梁。

		4.重新檢討與檢視文化創意產業園區發展性。
		5.建議文創園區與地方政府產生聯結,加強政
		策之宣導。
		6.認為臺灣五大文創園區是否考量以其他經營
		方式。
		1.文化政策介入的範疇、方式與實踐成效。
	如七十半中山丛五山八足	2.實質環境的改變與永續發展。
李佩蓉	都市工業遺址的再生分析-	3.都市變遷與地方社區反應。
(2012)	以臺北華山 1914 與臺中	4.城市經濟復甦與就業變化。
	TADA 園區為例	5.促進民間參與過程中的公私夥伴關係建構與
		遭遇的困難。
	(4.03	認為文創產業群聚與傳統產業群聚的因素是
		有所差異的。研究後歸納出6項促進文化產
		業群聚發展之實質發展因素,順序分別是:
汪志忠	文化產業群聚之發展因素	1.場地租金價格。
、鄭雅云	分析-以臺中創意文化園區	2.民眾的文化參與能力。
(2012)	為例	3.政策與法規之有效支援。
		4.非營利組織建置的文化交流平臺。
		5.品牌化商品之形塑。
		6.便利的交通運輸。
印艺业		該研究認為有七項成立文創園區發展的評選
邱英浩、	應用模糊德爾菲與分析網	類型之評估,如下:
鄭奕孟、	絡程序法於文化創意產業	1.交通條件
謝宗育	園區發展評選之研究	2.文化資源
(2012)		3.空間成本

		4.歷史背景資源
		5.產業條件
		6.經營管理
		7.研發培育資源
		文創園區因應地區發展條件,推動合適文創
		產業類型,並配合園區適當區位劃設,可使
		群聚效應發生。
		1.地方產業發展與地方經濟刺激、地方認同抗
鄭竹修 (2011)	以地方居民觀點探討文化 創意產業園區對地方發展 影響之研究-以臺中文化創 意產業園區為例	昇、環境美質改善無明顯互動關係。
		2.地方經濟刺激與地方認同提昇無明顯相互景
		響。
		3.地方認同提昇對環境美質改善無明顯影響
		4.環境美質改善影響地方認同提昇。
		5.環境美質改善與地方經濟刺激相互影響。
		分四個類別消費者投資報酬、服務優越性、
		美感、趣味性,作為體驗價值的構面。並以
	體驗行銷與體驗價值對顧	臺中文創園區為研究對象,利用簡單抽樣方
張翔智	客滿意度與顧客忠誠度之	式發放問卷。
(2011)	關聯性研究-以臺中文化創	1.體驗行銷對體驗價值有正向關係。
	意產業園區為例	2.體驗行銷對顧客滿意度有正向關係。
		3.體驗價值對顧客滿意度有正向關係。
		4.顧客滿意度對顧客忠誠度有正向關係。
		研究發現臺灣五大文化創意園區:
	文化創意產業園區治理模	( ) = 1 ( ) =
林厚君	义 化 剧 思 産 兼 園 過 冶 埋 模	1.中央政府扮演資源支持和監督的角色功能

- 3. 園區應多方嘗試各類型展覽和活動。
- 4.製造誘因空間,讓地方政府可以配合。
- 1.群聚是必要條件:需具備讓創意人才停留的 空間吸引力,形成創意氛圍塑造地方特色。
- 2.多目標發展:對產業來說,有助於產業成本 取得優勢與產業規模擴大;對文創來說,可 讓文創更有生產力與創新力;對社會而言, 有具國民文化素養提升;最後政府、民眾、 學術單位、廠商之間產生緊密網絡關係。
- 3.產業群聚發展的差異性:產業類別不同而群 聚因素也會各不同。

4.正視動態發展:產業群聚本質是具有動態 文化創意產業群聚發展之 性,且是受整個產業生命周期所影響。

評析-以臺中創意文化園區 5.先官後民:初期園區之環境整備有賴於政府 協助改善,後期經營管理交於委外廠商或非 誉利組織。

> 6.多元治理夥伴關係:政府應低度參與,僅負 責監督園區發展,應納入多元價值取向之社 會大眾。

- 7.落實文創產長期進駐之經營模式。
- 8.刺激民眾文化參與,讓園區成為民眾可廣泛 接受文化資訊與知識之場所。
- 9.可運用品牌化策略包裝商品,賦予文創園區 商品價值。
- 10. 園區應提出短中長期計畫,避免中央與地

陳美甜

(2010)為例 方政策,形成政策疊床架屋。

1.空間認同層面:認為園區要思考對展演活動 與講座課程做篩檢,已達到符合園區之定 位,並希望引導地方民眾參與園區事務,

如: 園區空間維護等。

2.社會文化層面:希望藉由設計互動展覽,增 加民眾對酒廠歷史與製酒過程的認識。

3.人才培育層面:希望對不同的年齡層與不同 職業別,規劃不同課程,已達到良好永續的 互動目的。

4.美學涵養層面:地方居民認同園區講座與課 程可提升美學涵養,提高民眾美學認知可支

臺中文化創意產業園區與 持文創產永續發展。

5.地方經濟層面:園區應和週邊產業與相互交 流與互動,不該閉門造車僅於園區推動藝文 發展,應配合週邊環境發展。

6.落實建築、設計與藝術相關產業為主體:應 建立制度,讓園區未來定位發展不致於偏離 主題。

7.建立人才育成中心與藝術教育培育制度:已 多元培訓的方式,吸引不同年龄層參與培育 計畫。

8.建立建築、設計與藝術相關產業互動平臺: 不應只做展覽行銷,應結合地方民眾、週邊 產業、附近大專院校、營運管理單位與藝術

林依慧

(2010) 週邊地區互動之研究

		家設計師,共同成立互動交流平臺。
		1.從封閉到開放的都市紋理和舊瓶新包裝的華
楊宏祥		新產業型態:目前園區階段已滿足展演功
	臺灣工業遺產保存、修復	能,未來應吸引更多類型、多元的使用者。
	及再利用探討-以臺中創意	2.園區文創產價值與未來努力方向:木工坊可
(2010)	文化園區為例	和木工藝術與傳統木工產業合作,園區一隅
		近市場可考量開放民生市場功能,園區
		R06、R07 倉庫可考慮設置藝術學校。
		認為園區經營模式應分短中長期來看
		1.短期:可將部分小區塊做 OT 委外經營、積
	「臺灣建築·設計與藝術 展演中心」未來營運模式 之研究	極找協力廠商並做園區未來經營模式可行性
林翠如		評估。
(2008)		2.中期:就短期 OT 委外經營做檢驗,並訂出
		合理回饋機制與利潤空間。
		3.長期:參考專家學者意見,重新審視園區沒
		位,再做整體性評估。
		1.強化與鄰里的社區關係:將園區空間資源員
		居民生活密切結合,建議將民意街圍牆局部
	產業文化遺址作為設計教	開放,和民眾做直接的接觸,將設計創意帶
陳佩瑜、	學及展演空間的使用經驗	入普羅大眾之間。
胡寶林	分析:以臺中舊酒廠「臺	2.提昇空間綠化系統的使用效益:從物用空間
(2008)	灣建築、設計與藝術展演	轉變成為人用空間,空間架構就需要一些對
	中心」為例	策,來滿足人的生理及心理需求。且TADA
		Center的開放空間基地規模與區位,若在景觀
		設計上植樹與夜間照明,園區的戶外空間是

相當有潛力的活動場所。

3.改變經營模式及增加具參與式創意的空間策略:建議園區經營模式朝向公私協力,OT、BOT的方式,公私部門將可達雙贏局面,考慮重新園區空間配置,同步活化不同功能設定的各點,吸引各種客層建議有關單位,也讓都市紋理編織進來,串連園區附近的歷史景點。

4.發揮建築物的產業歷史記憶價值與改善建物的舒適度:舊酒廠從「遺址」變「遺產」,從 生產有形酒品的空間,到無形設計空間,是 期望它的歷史,可以刺激創作的靈感,再者 需調整該建物之基礎設施,以迎合文化創意 發展空間之使用。

李英瑋 文化政策發展之地方性制 (2006) 度建構-以臺中舊酒廠為例

1.制度化組織特色:第一,強化社群認知與社群參與者的認同;第二,培養地方社群力量;第三,地方社群因地域性和認同感,在執行能力上高於公部門;第四,地域力量培植與文創園區的思考,地方社群力量無法關注與開發,公部門體系運作政治力量介入無法避免,甚至可能中斷。

2.組織聯盟互動特色:需要一個可容納不同社 群發生和實質參與的平臺,並引入條件不一 的社群共同參與,該特色才有發展機會。

3.經營管理精神特色:首要加強公部門思維與

操作能力,其次為地方社群,而且在資源不 充分情況下做最佳處置。

1.經營管理面向:考量財務收支、經營理念延 續性應加長、經營團隊的評選、風險評估。 2.社區資源串連及社區互動面向:酒廠週遭社 區已有社規師進行社區資源的發掘、社區意 識的凝聚、社區環境的改善等,而酒廠於社 區之中更應配合社區,一個國家級園區的規 畫,應與在地社區資源作串連,形成園區地 方特色。

3.行銷包裝策略面向:行銷期望能夠吸引注意 力,進而前來觀光、消費,而行銷策略面向 閒置空間文化再造策略比 與經營管理、社區資源及精神文化,四者之

較之研究-以臺中酒廠舊址 間是有高度相關。

為例

4.基地、地區容受力的考量:多數策略探討面 向為閒置空間機能的導入,未來將引入怎樣 的使用、活動等,卻缺乏探討產業引入對基 地、地區容受力的影響等。

5.單位溝通協調機制:各級政府與未來經營管 理單位之間,如第三部門和政府之間關係, 應如何建立有效且明確的溝通協調機制是重 要的。

6.政策面向:期以和地方政府政策計畫延續性 相關;也需考量政策變數,政府將文創產業 和閒置空間結合,為閒置空間再利用的最新

徐國訓

(2004)

政策導向,但建物年久失修、區乏管理與保養,當局應重視此問題。

7.精神文化傳遞面向:臺中舊酒廠,在文化層面的價值上,即為一文化資產,政府部門及學術界應串連起來,共同肩負精神文化層面的傳遞。

8.經驗不足與人力資源缺乏:閒置空間的規劃、設計及永續經營管理的人才,應以完整的培育計畫來養成深厚的人力資源,閒置空間也應在法治面予以明確的定位。

1.重要順序四點分別為,瞭解政策規劃的過程、開發案的進度、直接瞭解資訊、提供自身意見供規劃者參考。

2.民眾認為是否能提供意見給規劃者參考是很 重要的,此也影響著民眾參與的意願。

3.民眾因自身權益和地方發展,而參與公共事 務的意圖有增加趨勢。

4.過去政府政策規劃多採由上而下的制訂方式 進行,但在「臺中酒廠舊址保存與整體再發 展」計畫中,規劃者仍採納及整合民眾意 見,於酒廠內部興建停車場、里民活動中 心、藝文展演空間,並開通部分道路,以解 決民眾所需為首務。

5.民眾參與的限制多:民眾的心態、資訊不平等及資訊傳遞管道不足、個人成本效益的考

公共政策規劃之民眾參與 詹彩鈺 行為影響因素之研究-以 (2003) 「臺中酒廠舊址保存與整

體再發展」為例

量。

6.雖民眾對公共參與的觀念與經驗不足,但民 眾對參與政策規劃過程的意願及可能性均 高。

7.影響民眾參與行為之因素包含六項因素,分 別為環境感受、民眾需求、瞭解資訊、利害 關係、便利性及自我能力。

8.民眾認為酒廠舊址應提供,居民聚會場所、 打通愛國街與民生路,並保留歷史建築等 等,其意見民眾與民代的意見尚稱符合。

資料來源:本研究整理

綜合以上整理分析相關研究主題、研究對象、研究方法與研究結果,四個面向做 整理分析,整理如下。

#### 一、研究主題

在臺中文創園區的研究主題上,有4篇是關於工業遺址與閒置空間再利用,工業遺址(李佩蓉,2012)、工業遺產(楊宏祥,2010)、產業文化遺址(陳佩瑜、胡寶林,2008)、閒置空間再利用(徐國訓,2004),此4篇著重於保存與再利用的研究,認為舊酒廠工業遺址應適當做保存與整修,促進閒置空間改善。

有 2 篇是關於臺中文創園區產業群聚的分析,產業群聚 (汪志忠、鄭雅云, 2012、陳美甜, 2010),認為產業群聚對文創園區的發展是正面的;有 2 篇是討論經營管理方式,營運模式(林翠如,2008、林厚君,2011)認為 OT 與多元化經營是園區目前營運最佳的方案;有 2 篇是有關於民眾,民眾參與(詹彩鈺,2003)討論民眾參與臺中酒廠政策規劃與建議,休閒動機(柯丞珮,2013)研究民眾到訪文創園區遊樂的喜好類別與動機。

2 篇為討論地方發展關聯,地方性制度建構(李英瑋,2006)認為文化政策應和在

地特色做結合,地方發展(鄭竹修,2011)討論文創園區發展和地方發展關聯性;1篇探討園區和週邊環境之關連,週邊地區互動(林依慧,2010);1篇討論體驗價值(張翔智,2011),討論園區遊客體驗行為與體驗價值;2篇討論設置文創園區的條件與類型(邱英浩、鄭奕孟、謝宗育,2012;黎易俊,2013)。以上共16篇研究臺中文創園區的論文與期刊,鮮少探討園區定位以及文創園區政策規劃脈絡為研究主題,故本研究將以此為重點研究主軸。

#### 二、研究對象

研究對象基本分為 3 類:民眾、政府單位、專家學者;民眾分兩方面,一是調查來訪意願與動機,以消費者角度看園區,二是以在地居民看待園區的發展;而以政府單位為研究對象是針對政策面與執行面的看法,對於政府本位看法來做園區未來的發展,多半為改制前的文資總處,對改組後的文資局與文創園區,尚未有研究者深入研究過;另外缺少對園區內的經營廠商做訪談,因園區廠商開始進駐的時間為 2011 年下半年,尚未有研究者訪談到相關內容;因此本研究訪談者鎖定為經營廠商、改制後的文資局以及相關領域的專家學者。

#### 三、研究方法

本章討論相關研究使用問卷調查法,些許採質量並重,其餘為質性研究,以上資料顯示研究民眾意願調查的以問卷調查為主,而討論政策面是以質性研究為主,本研究希望透深度訪談,來做經驗性的探索,冀望對園區有更深入的瞭解。

#### 四、研究結果

以上各文獻研究結果,整理與本研究主軸較為相關的數篇,如:探討公辦公營的 臺中園區政府角色關係,還有園區週邊產業聚落,以及基礎設施、交通條件等,本研 究統稱為重大建設,以及園區區位、園區週邊環境等,試圖瞭解園區目前在這幾個面 向有何困難與限制等等。因此本研究架構鎖定為:

- 1.探究產業聚落為何與如何影響臺中文創園區的發展?
- 2.重大建設如何影響園區發展?
- 3. 園區區位條件對臺中文創園區帶來什麼影響?

- 4.政府角色(文資局)對園區營運有何影響?
- 5.何者是園區最佳定位與營運模式?
- 6.最後呈現園區的 SWOT 分析,以及園區營運瓶頸與解決之道。





# 第三章 臺中文創園區之規劃與環境

本章目的在於介紹臺中文創園區相關研究與園區內外部環境,共分三節。第一節闡述臺中文創園區內部規劃,第二節呈現臺中文創園區鄰近重大建設簡述,第三節是臺中文創園區鄰近產業聚落與產業群聚理論概述。

## 第一節 臺中文創園區之內部規劃

本節呈現臺中文創園區歷次規劃報告、都市計畫與園內現況建物空間功能描述。

## 壹、規劃歷程與定位

簡述臺中文創園區歷次計畫目標與內容,以下整理四次規劃報告分別是:《臺中舊廠舊址保存與整體再發展》、《臺中創意文化園區歷史建築「原公賣局第五酒廠」調查研究及修復再利用規劃》、《臺中創意文化園區整體規劃》、《臺中創意文化園區全區委外前置規劃作業計畫總結報告書》,本研究整理研究報告書,如下:

#### 一、臺中舊廠舊址保存與整體再發展

#### (一)發展定位與目標

該研究規劃案於2001年,由逢甲大學建築系規劃。本規劃案總目標定位為「產業文化保存與再利用」,欲透過內部建物與外部環境調查,希望改善閒置空間,導入開發利用計畫,而園區次目標有:繁榮地方經濟、加強與社區互動、塑造酒廠特色、提供舒適的休閒空間、自給自足的永續環境與保存文化。希望園區成為臺中市文化薰陶與提升國人文藝氣息,並成為休閒遊憩之場所。

#### (二)規劃建議

當時提供兩個替選方案,一為產業文化特定專用區,是以產業文化、藝文展演為 主,提供休閒娛樂與購物環境等行為,二為藝文公園,以多目標公園使用,可提供都 市開放綠地,舊有建築可作為美術館或博物館等展示空間,提供臺中市政府與文建會 選擇。並提出數點建議:

- 1.變更都市計畫:納入都市更新實施計畫與都市計畫,以利保存與再利用計畫;
- 2.提昇文化層次與經濟發展:結合鄰近地區臺糖商業區、火車商業區成為整體經濟發展 共榮圈;
- 3.促進地方社區共識:提供實質社區活動空間,賦予園區休閒與教育性多元複合空間, 凝聚社區力量,增強社區未來發展,因當地里鄰長也希望提供良好的社區活動空間;
- 4.規劃酒廠產業空間:根據建築內部空間性質特性,賦予不同的機能,使引入的活動協調並發揮功能;
- 5.串連新建物與鄰近地區:利用都市設計與容積管制,讓整體環境做組織性的配合,讓 新建物和歷史建物做配合;
- 6.管理與永續發展:利用經營管理方式,使臺中酒廠可以自給自足,不需對外籌取費用,達到永續經營之目的(以上整理自行政院文建會,2001)。

# 二、臺中創意文化園區歷史建築「原公賣局第五酒廠」調查研究及修復再利用規劃 (一)發展定位與目標

該研究規劃案於2004年,由東海大學建築系規劃。該研究沿用行政院經建會所提出的我國文創產業計畫願景「在華文世界建立臺灣文化創意產業的領先定位」以此為目標,以歷史、修復與建築研究,以此三大研究面向,來針對基地內建物給予保留或拆除之建議,並擬訂策略因應文創產業發展。

#### (二)規劃建議

文創園區不僅是消弭閒置空間,而應回歸到真正的需求使用,文創園區設置應以軟體為優先於硬體,再者文創氛圍形成並非一蹴即成,因此園區的軟硬體配合更為重要,該研究提出以下幾點供省思:

1.文創園區規劃前提為文創產業治理問題:文創產業是文創園區成功最重要的關鍵因素,而文創園區則是扮演中介者角色,園區並可扮演空間群聚之特性,最後規劃文創園區必須將國家與社會網絡關係做整合,並加以政策工具激勵傳統固有文創產業。

- 2.文創產發展門檻是地方文化資源的多樣性:為避免資源錯置等問題,規劃文創產業或 文創園區應對在地產業、發展歷程與像況發展課題做深入瞭解。
- 3.文創園區經營管理模式有待設計:文創園區之發展需要建立一個輔導與經營管理機制,做個有效的依循模式來做發展;並可凸顯地方文化、在地產業等,透過企業、政府、民眾以及第三部門等組織的多元價值(以上引自行政院文建會中辦,2004)。

#### 三、臺中創意文化園區整體規劃

#### (一)發展定位與目標

該研究規劃案於2004年,由朝陽大學景都系規劃。發展定位分為三階段分短中長期,首先為中部區域創意產業交流中心,次為工藝創意設計重鎮,最後長期目標則是 建構國際級工藝創意櫥窗。

#### 短期:

- 1.先著重工藝產業推動,提供創意設計資源場所,再將該園區成為展覽行銷平臺。
- 2.以無圍牆創意園區,來強化園區與社區互動,將園區氛圍延伸至週邊地區。
- 3.園區設施可提供遊客文化生產與文化消費空間,提高創意產業經濟效應。
- 4.建置創意學苑,培育基礎創意人才,奠定文創產業發展基礎。

中期:作為全臺工藝創意設計中心與創意產業國際化交流的窗口。

長期:作為全臺工藝產業和全球經濟網絡連結之場所。

園區建構之目標有以下數個,促進區域經濟與市中心區再生、閒置土地與歷史建 物再利用、文化產業化與產業文化化、建構文化創意產業平臺與促進公私部門關係。

#### (二)規劃建議

針對中部地區潛力產業,將文化藝術與創意設計之技術和產品做整合,計畫構想 園區將以藝文展演中心、創意學苑、創意產業博覽園區、創意設計資料中心、國際研 討會場、工藝生活體驗工坊、多功能文化主題活動廣場等,來促進週邊地區成為具有 文化藝術的特色場域。

而園區整體規劃構想,是以臺中市東南區塊發展為基礎,擬定二軸一織理的構想;二軸為生態藝術軸以及藝文商業軸、一織理為運用創意學苑、藝文小學、藝文生

活步道與創意市集,整體來塑造一個深具文化藝術的藝文特區。

- 1.生態藝術軸:以綠川為主軸,注入新的藝文活動,塑造成具有生態藝術綠川,以此藝術川連結舊市區歷史文化、20號倉庫與臺中文創園區,構構帶狀之人文藝術軸帶。
- 2.藝文商業軸:藉由都市計畫變更,將復興路一側劃定為商業區,提高其商業使用強度,塑造具特色之休閒藝文商業街,並以文創園區為中心點,連接園區東側的臺糖休閒購物中心與園區西側之國立公共資訊圖書館,來構築帶狀的藝文商業軸帶。
- 3.文化藝術織理:文化藝術織理的概念以園區為中心,以藝術織理的脈絡延伸,以社區 化網絡、區域化網絡、及國際化網絡三個層次,建構藝術織理,基於此構想,需建置 下列四項計畫:

#### (1) 週邊藝文小學設置

以創意學苑為中心,作為學校師生創意學習場所,並將週邊學校轉型為藝術 小學,配合園區與學校間藝術步道之建置,構築藝術生活園區。

#### (2) 藝文生活步道建置

以臺中文創園區為中心,將其週邊巷道創造為藝術生活步道,藉由此藝術步 道連接到週邊的藝文景點及藝文小學。

#### (3) 創意市集建置

將民意街、信義路及合作街規劃為創意市集,以網絡方式向外週邊街道延伸,織理成具有藝術氣息的特區,將園區的發展與週邊社區結合。

#### (4) 創意藝術網絡建置

將園區建置為一文化藝術交流平臺,提供產官學研各界、地方居民、觀光遊客到此交流,經由創意激盪,達到創意藝術網絡的目標(以下整理自行政院文建會,2004)。

#### 四、臺中創意文化園區全區委外前置規劃作業計畫總結報告書

#### (一)發展定位與目標

該研究規劃案於2012年,由佳境工程顧問公司規劃。該規劃案就臺中文創園區做 短期(10年內)營運模式為目標,扣除文資局行政辦公室(文化資產局行政暨育成中 心)以及已委外經營之S01、B01、B03等三棟建物外,其餘全面委外。

營運目標定為在貼近市民生活的文化設計園區發展構想,建議以下五點:

- 1.延續釀酒文化場域:保存與活化舊酒廠之機具、設施與建物等遺產,轉化為民眾參 觀、體驗酒廠釀酒歷程,瞭解製酒文化的體驗場域。
- 2.中部區域藝術展演平臺:以臺中酒廠舊有倉庫,改為中部地區動態表演、靜態展示的場所,提供不同藝術表演、展示之空間。
- 3.培育人才演練園地:文創園區肩負人才培育之功能,因此培育貼近居民生活之設計, 產業基地為營運目標之一。
- 4.臺灣文創產基地:規劃完善文資辦公、研討與會議之場所,提供完善文創產運籌總基 地。
- 5.瞭解創意產業場所:提供民眾能實際消費文創產業之場域,並提供舒適空間,使園區成為市民日常休閒與享受創意氛圍之場所。

#### (二)規劃建議

臺中文創園區行政辦公室、藝文展演區由文化部文化資產局營運;S01、B01、B03等已委外經營,且營運年期最長約為10年(至民國111年),因各委外建物期限不同,建議可採優先續約機制,使各建物之到期日相同,並規定必須營運至新的經營者接管為止。為考量已上營運軌道的區域以及營運年期尚未到期之區域產生營運界面問題,因此建議短期優先將未營運之空間,包括:創作演練區、酒文化館區納入;長期則建議除文資局辦公區之外全區委外經營,並委由同一廠商經營(以上整理自文化部文資局,2012a)。

筆者發現以上四次臺中文創園區規劃報告脈絡,大致可分成三個階段,早期是以園區建物保存、閒置空間再利用、酒廠歷史與發揚在地文化為園區發展首要目標,中期規劃案較注重評估園區定位、導入何種文創產業以及發展策略為主,最後專注探討園區整體經營模式與委外評估。另外較可惜的部份為四次規劃報告書之中,只考慮到園內前身為酒廠歷史這一部份,未分析園區週邊之在地文化特色,據前人研究認為文

創園區欲發展成功其中條件之一,就是考量在地文化特色並注重其市場特性與週邊環境,以上四次規劃報告未將其考量於規劃之中。

## 貳、園區經營與空間規劃方式

園區空間規劃基本依據,臺中舊酒廠時期所留下的建物做修護整備的動作,並將園區大部分建築登錄為歷史建築,空間與動線規劃講究遊客參觀動線與舒適度;園區經營模式整體來說以公辦公營為主,少部份建物共四處委外經營,大體來說園區還是屬於公部門場域。

#### 一、文化部文資局業務職掌介紹

文化部文化資產局(以下簡稱文資局),負責統籌管理中華民國的文化資產,隸屬 文化部,前身為行政院文建會文化資產總管理處籌備處,現文資局位於臺中文創園區 內並負責統合管理園區,文資局主要業務職掌如下:

- (一)文化資產之指定、登錄、公告、廢止或變更。
- (二)文化資產之調查、整理、教育、研究、推廣、保存及活用。
- (三)文化資產保存技術與保存者之審查指定、保存技術之研究發展、推廣及運用。
- (四)文化資產環境評估、整合及再發展。
- (五)文化資產保存區、特定專用區之研擬及推動。
- (六)直轄市、縣(市)政府辦理文化資產業務之輔導及協助。
- (七)文化資產相關業務之國際合作及交流。
- (八)文化資產保存及活用之獎勵及輔助。
- (九)其他有關文化資產管理事項(文化部文資局,2013)。

文資局內部組織共有四處業務單位,分別為綜合規劃組、傳藝民俗組、古物遺址 組以及古蹟聚落組,而園區自行營運則是由傳藝民俗組經營管理,而營運仰賴政府編 列預算經營,文資局專職全臺文化資產保存、教育與研究工作等,園區內部活動交與 專案助理與企劃專職負責(李佩蓉,2012)。

#### 二、園區內建物介紹

臺中文創園區內建物與開放空間簡介與功能說明,以下資料引自臺中文化創意產業園區網站(2012;文化部文資局,2012a)。

#### (一) TADA 方舟・音樂藝文展演空間 B01

園區以國有公用不動產收益原則(公開標租),租予御東風國際行銷有限公司以 Live house 形式經營,營運年期為五年(至民國 105 年止),該空間有四大主軸概念: 音樂、文創、環境與美食,該館有音樂藝術的展演(每周安排音樂樂團或藝術創作等 表演)、低碳時尚的美食、環境再生的文化美學等,具有多元複合功能,亦可提供成果 與產品發表會、記者會、教育訓練等其他大型活動使用,該空間約 200 坪。

#### (二)祥瀧藝文展覽館 B03

以促進民間參與公共建設法 OT 委外經營給祥瀧股份有限公司經營,營運年期為 十年(至民國 111 年止),主要營運內容是大型藝文展覽與策展進駐、在地創作者培訓 與合作等,全館面積約為 320 坪,舉辦過如:恐龍夢公園、回眸胡適、蟲蟲探索世界 等大型展覽。

## (三) 舞蹈排練室

內部規劃有鏡面與舞蹈地板,可提供表演團體申請排練和演出之用,內部空間約94坪。

#### (四) 衡道堂

為紀念林衡道先生,故取名為衡道堂;目前規劃為集會、演講、表演及展覽場地分A、B 館,A 館設有 140 座位約 96 坪階梯式的演講廳。

#### (五) 木工坊

目前暫為臺中文創園區專案小組辦公室,未來預計與傳統木工工藝做結合。

#### (六) 雅堂館

為紀念連雅堂先生,故命名為雅堂館;規劃做為文化創意展覽場所並提供多功能

用途,並分AB、C、D 三館,建築內部空間約420坪,舉辦過立體書的異想世界、2012藝術家博覽會、2012創意生活節與學生畢業展等等。

#### (七) 杜康草堂

規劃為行政院文化資產局會議室與貴賓室之用。

### (八)國際展演館

建物內部採光與通風良好,並挑高空間感是園區內建物中最佳,目前規劃為多功能展覽空間,空間約450坪,舉辦過 GeGeGe 鬼太郎の妖怪樂園、2012A<sup>+</sup>創意季等。

#### (九)文化資產局行政中心(行政辦公室)

為行政院文化資產局行政辦公室。

#### (十)願景館

預定展示臺中市相關市政建設之願景展示空間(喻文玟,2012);園區因都市計畫 變更的回饋計畫,給予臺中市政府一棟建築物,此建物原本預定做為臺中市政府展示 都市未來發展的願景空間,包含:模型、動畫與圖表等,但臺中市都發局在水湳經貿 園區,已另有展示都市願景之空間,故不再使用該場所做展示願景之用。

#### (十一)酒文化館區(臺灣菸酒展示服務區)

為園區內規劃保存文物的空間,將臺中酒廠早期製酒機具設備整理後展示,在文 資局的邀請下,現由臺灣菸酒公司進駐做規劃(喻文玟,2012)。

#### (十二)音樂排練室

規劃成數間可供排練空間,可供小型排練、活動課程使用,分A、B、C、D、E室,大小不一的空間,總空間約85坪。

## (十三)臺中市文化資產管理中心

該中心係為臺中市文化局附屬二級機關,業務管轄為負責大臺中市古蹟、歷史建築、聚落、遺址、文化景觀、傳統藝術、民俗及有關文物及古物等六大類,有關文化資產保存、維護、活用、再利用及推廣等相關工作(臺中市文化資產管理中心網站,2013),為文資局鼓勵地方政府成立文資專責單位,特別撥用園內該建物租賃於臺中市政府文化局。

#### (十四) 求是書院

目前為文化資產人才培育中心,設有1間88座位約35坪階梯式的演講廳與2間 各約20坪研討室,規劃做為會議、研討會、講座與DIY多功能空間。

#### (十五)文化資產局行政暨育成中心預定地

未來規劃成文化部文資局行政與育成中心,據受訪者表示此預定地,在未來可能 做為文資局所有行政單位辦公的場域。

#### (十六)設計・點臺中店

園區以國有公用不動產收益原則(逕予出租),租予臺灣創意設計中心經營管理,為文化創意產品商店,店內分為四區:商品販售區、設計藝文書籍區、設計展示空間以及咖啡休閒區(由 TheBrewBar 經營販賣咖啡、甜點與輕食),該空間有購物、休閒和參觀設計作品之功能,其目的在推廣獲設計標章商品、展示國內外設計創意生活商品以及提升全民創意設計美學,臺創公司營運年期為九年(至民國 110 年止),整體使用空間約 100 坪。

#### (十七) 渭水樓

為紀念蔣渭水先生,故命為渭水樓;目前規畫為行政院文化資產局辦公室與圖書、檔案資料中心。

#### (十八)中央廣場

為園區中央廣場,可舉辦各類戶外活動的主要場地,空間約290坪。

#### (十九)藝術大道

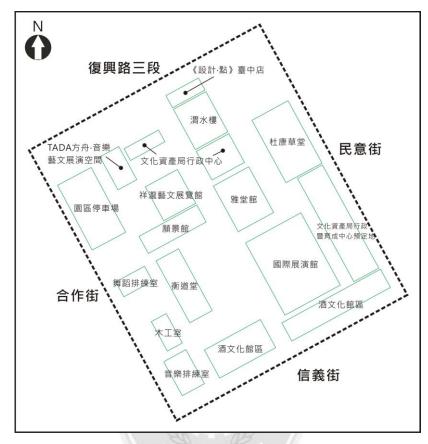
為園區內部主要的石材鋪面道路,可做大型活動擺設攤位或表演場地之用,空間約 600 坪,另外園區門口兩側設有看板,可供海報類宣傳品張貼。

#### (二十)綠地廣場

為園區最佳的戶外空間,可供休閒遊憩用,以綠地增加園區綠覆率。

#### (二十一) 園區停車場

將以BOT 方式委外民間經營並考慮規劃地下化,預計和園區週遭商業區做結合 (李佩蓉,2012)。



下圖為臺中文創園區平面配置圖。

圖 3-1 臺中文創園區平面配置圖

資料來源:本研究繪製

#### 三、園區都市計畫土地使用分區

臺中市政府都市發展局於2007年公告發布實施,變更臺中市都市計畫主要計畫 (不包括大坑風景區)(部分住宅區、商業區、停車場用地及道路用地為創意文化專用區)案,配合行政院文建會推動「挑戰2008-國家發展重點計畫」之「文化創意產業發展計畫」,規劃設置「臺中酒廠創意文化園區」以整備創意產業發展的環境,整個園區變更都市計畫土地使用分區為創意文化專用區。

園區細部計畫分別劃設創意文化專用區一、創意文化專用區二以及創意文化專用 區三。1.創意文化專用區一:容許發展強度較高,配合復興路使用引入具商業性質活動;2.創意文化專用區二:主要是以既有建築保存及活化再利用製酒產業遺址為原則, 並提供展覽與零售活動等使用為主;3.創意文化專用區三:專供公共停車場之使用。



圖 3-2 臺中文創園區都市計畫細部計畫圖

資料來源:本研究繪製

該臺中舊酒廠基地,原有都市計畫土地使用分區為住宅區、商業區、停車場與道 路用地,經兩年都市計畫變更劃定為特定專用區形勢,其土地使用分區依發展定位與 主要產業特色,指定為符合發展功能的土地使用容許項目及附屬事業使用項目,訂為 融合文化生產和消費的精神,及文化展演、展覽與文化商業使用等內容(楊敏芝, 2008) •

表3-1 臺中文創園區都市計畫變更內容明細表

位置	變更內容		磁面加上	
12 里	原計畫	面積	新計畫	變更理由

		(公頃)	(面積/公頃)	
	住宅區	4.84		配合行政院文建會「挑戰
臺中後火車       商業區       0.64         站復興路旁       停車場用地       0.30				2008:國家發展重點計
	商業區 0.6	0.64	創意文化專用區	畫」之「文化創意產業發
	(6.33公頃)	展計畫」,規劃設置創意文		
		-	化園區以整備創意產業發	
	道路用地	0.55		展環境。
站復興路旁	停車場用地	0.30	<del>-</del>	展計畫」,規劃設置創化園區以整備創意產業

資料來源:臺中市政府都市發展局 (2013c); 本研究整理

## 四、園區經營模式

臺中文創園區主要經營者為文資局,而園內經營模式基本分為三類:有委外營運、公開標租與園區自行營運。文資局園區營運管理主要分為三大方針:第一,多辦展覽;第二,主動策展;第三,招攬合作(行政院文建會文資總處,2011)。委外經營有四處,文化創意產品商店:《設計·點》臺中店;文化創意主題餐飲空間:TADA方舟·音樂藝文展演空間;藝文展覽館:祥瀧藝文展覽館;酒文化館:臺灣菸酒公司。基本委外經營需公開招租且不得超過十年,若超過需經議會審議,以5+4方式辦理,先以五年合約為基準,若營運良好則再續約四年。整個園區規劃分為五大功能區塊,商業機能區、展覽區、酒文化區、教育區與行政區簡介如下。

(一)商業機能區:文創商店與主題餐飲空間

(二)展覽區:擁有千坪以上的展覽空間

(三)酒文化區:以酒為主題的文化館

(四)教育區:做為設計類的育成中心

(五)行政區:為文化部文資局辦公區域(行政院文建會文資總處,2011)。

## 第二節 臺中文創園區週邊相關重大建設

本節將鄰近 TADA 之市政重大建設設施,以半徑兩公里為選取標準,如臺鐵高架 捷運化、臺中舊州廳、臺糖湖濱城以及草悟道等等,選取可能影響臺中文創園區發展 之重大建設做分析。

## 壹、臺中都會區鐵路高架捷運化計畫

#### 一、位置與面積:

北起臺中市豐原站以北 1.9 公里,南迄大慶站以南 1.4 公里,將現有鐵路改建為高架,全長 21.7 公里,完工後將成為臺中市捷運紅線一部分。

#### 二、緣起目的:

鐵路運輸系統長久以來,成為都市之間客、貨運交通聯絡的主要運具選擇之一, 然鐵路帶動了經濟活動的發展,也間接阻隔了臺中市都市發展,造成都市的邊界效 應,其中影響包括:阻礙交通聯絡、都市發展不均衡、都市紋理阻隔等課題。

#### 三、計畫內容:

發揮強化都市交通功能(消除 17 處平交道、增設 5 處通勤車站等),提供都會便捷交通外,並藉由消除鐵路兩側地區發展阻礙,均衡都市發展、提昇環境生活品質與改善市容景觀,而車站週邊地區可配合都市更新,提高車站及其週邊土地價值,促進地方發展。

- (一)改建豐原、潭子、太原、臺中、大慶等5座現有車站。
- (二)新建豐南、頭家厝、松竹、精武、五權等5座高架通勤車站。

臺中火車站為了因應高架化,沿線車站都將新蓋高架車站,其中臺中火車站將成為以古蹟車站為核心,形成鐵道文化園區,內有:鐵道文物藝術中心、臺中高架新站、20號倉庫、車站廣場與高架下軌道商場各有不同的功能,整合成為文化藝術活動與展示的場所,形成鐵道文化園區軸帶。

(一) 鐵道文物藝術中心:展示空間、餐飲設施、Museum Shop 與鐵道迷俱樂部。

- (二)臺中高架新站:除做火車站運輸用,也預計規劃進駐特色商場。
- (三)車站廣場:活動與市集廣場。
- (四)高架下軌道商場:分段做不同功能,如:小吃、服飾、圖書與藝廊。
- (五)20號倉庫:舉辦藝文活動與藝術展覽(以上資料來源引用自交通部鐵路改建工程局,2013)。

#### 四、對臺中文創園區的影響:

在鐵路高架捷運化的推動下,消彌了阻隔兩邊的鐵路限制,並有意將舊有鐵軌路線轉型成園道和自行車道,未來園區可利用該自行車道的人潮,吸引人氣到 TADA 來訪,成為自行車道必經的一站,並透過捷運化的臺鐵,將臺中文創園區交通可及性再次提高,讓園區發展更有機會,另外臺中火車站將蓋新車站,原有舊火車站變成古蹟保留,未來兩者若結合,再搭配二十號倉庫,該地區將可有文化創意乘數效應,但未來也必需和臺中文創園區定位做明顯的分隔。

## 貳、臺糖湖濱生態城(原大型購物中心專用區)

#### 一、位置與面積:

位於行政區為臺中市東區,臺中火車站東南側,因長期受縱貫鐵路阻隔和市區缺乏聯繫,區位條件受限制多,屬臺中後火車站地區;計畫範圍復興東路、建成路與樂業國小週邊地區,面積約為22.48公頃。

#### 二、緣起目的:

因國內經濟環境變遷與製糖產業逐漸式微,為改善臺糖公司土地閒置情形,臺中市政府欲透過都市計畫通盤檢討,重新調整土地使用,導入適當活動機能,帶動地方經濟發展。

#### 三、計畫內容:

原計畫為大型購物中心專用區與交通用地為主,現都市計畫變更為以商業區與公園用地為主,前者商業區強化原有商業活動機能,提供居民休閒娛樂與日常生活需

求,後者公園用地保留小型湖泊及歷史建物與寵物公園,並配合建國市場遷建計畫, 劃設市場用地(以上資料來源引用自臺中市政府都市發展局,2013a)。

#### 四、對臺中文創園區的影響:

兼具休閒娛樂與商場效果的臺糖湖濱生態城開發案,若可將商業區的人潮和展示空間,可與臺中文創園區做交流與結合,在園區生產製作的文創商品做展售,此外,湖泊與寵物公園鄰近臺中火車站,因具假日休閒娛樂與消費功能,文創園區可與之結合行銷,將可為帶入人氣與知名度。

### 參、臺中市體二用地都市更新案

#### 一、位置與面積:

位於臺中市東、北區,包含臺灣體育大學、臺中自來水廠、臺中棒球場等區域, 整個體二用地面積約達 25 公頃。而都市更新範圍總面積約 10.5 公頃,更新單元基地東 臨為進德北路、西側為雙十路、北側為力行路、南為精武路。

#### 二、緣起目的:

體二用地為早期發展地區,昔為臺中市最為繁華區域之一,現受到都市發展重心 向西變遷影響而成為舊市區的一環,為使該地能有再次發展重生之機會,因此尋求都 市更新機制,欲使舊市區能擺脫諸多限制與障礙,再造昔日風華。

#### 三、計畫內容:

目標為打造臺中的新水源地-都市翠谷,在分期分區的計畫導引下,逐步建構體二地區的新未來,以整體性之規劃構想為基礎,逐次開發改善整體街廓,使體二地區之都市更新計畫更加完善,週邊文教設施(文英館、藝文之家、水源地遺址、孔廟與臺中一中等)與體育設施(臺中體育場、臺中棒球場、市立游泳池、體育大學等體育設施)等文化與運動公共設施豐富(以上資料來源引用自臺中市政府都市發展局網站,2013b)。

#### 四、對臺中文創園區的影響:

體二用地最主要使用建物是臺中棒球場和臺灣體育大學,若相關棒球相關運動文化創意商品,能在舉辦棒球國際賽事或是職棒例行賽中,藝術家或設計師可在園區內創作之商品,可透過運動賽事人氣的聚集來販售和展示,也是值得臺中文創園區可重視的販售場所,尤其附近的文化歷史建物更可結合在文化創意旅程之中,遊覽古蹟後到有藝文氣息的臺中文創園區停留。

## 肆、臺中州廳及其附屬建築群再利用案

#### 一、位置與面積:

位於臺中市西區,由民權路、市府路、民生路與三民路所圍街廓,面積約為 4.7 公頃,為舊臺中市政府所在地,現稱為臺中州廳。

### 二、緣起目的:

臺中市都市發展隨時代變遷,政治與經濟重心逐漸移轉,行政機關陸續於2010年 遷出,喪失行政機能及加速舊市區衰敗,因此透過都市更新與都市計畫變更機制,重 整土地與建物權。而州廳鄰近臺中火車站,交通可及性高,其附近有商業區和傳統的 老街,歷史文化資源不少,市府打算將原臺中市政辦公廳遷移轉型,保留臺中州廳古 蹟及附近相關歷史建築群之歷史特色並加以活化,並導入商業機能期帶動週邊地區發 展;期望增加臺中地區飯店旅館住房率達50%,增加古蹟藝術參訪率、餐廳與精品店 人潮等,目的為促進臺中旅遊消費(彰化縣政府,2011)。

#### 三、計畫內容:

於都市更新單元內導入文創、商辦、住宅、國際觀光旅館等服務機能,以改善區域生活環境。臺中州廳及其附屬建築群,依發展條件分三種機能。第一為古蹟活化區 (第一種創意文化專用區)、第二為複合商業區 (第二種創意文化專用區)、第三為社區再生區 (第三種創意文化專用區)。

#### (一) 古蹟活化區

以古蹟保存與活化為主,朝古蹟旅館結合文創產研發、展示、銷售與旅遊相關服

務設施等低強度使用。

### (二)複合商業區

朝向飯店、商場、辦公大樓等較高強度使用,並重新規劃保留臺中州廳附屬建築群、大屯郡役所等歷史建築樣貌,作為文創產業工作坊、文化展演、旅遊服務、創意市集使用,都市更新後以BOT設定地上權方式,委託具經營管理經驗古蹟歷史建築之廠商經營。

#### (三) 社區再生區

保留給原私有地主選配,供都市更新後社區在發展為主,並由該廠商附帶認養維護管理使用方式處理(以上資料來源引用自臺中市政府都市發展局網站,2012)。

#### 四、對臺中文創園區的影響:

臺中州廳之目標發展,對臺中文創園區來說會是人氣聚集和藝術家群聚的影響為大,同樣的土地使用,類似的發展目標,如:作為文創產業工作坊、文化展演與創意市集等。兩者相同的發展目標,對文創市場和人才不是眾多的臺中市來說,可能會是分流發展,因此臺中文創園區必須找出關鍵發展條件,搶得先機讓臺中文創園區發展起來,需避免競爭關係產生,力求從轉變為競合關係,創造雙贏局面,最終形成兩者之間的文化創意產業帶狀發展區。

### 伍、草悟道

#### 一、位置與面積:

範圍自北起國立自然科學博物館沿線的市民廣場、勤美誠品、國立臺灣美術館與 美食街等活動結點,南至柳川西路,冀從點、線、面串連發揮群聚效應,園道全長約 3.6 公里。

#### 二、緣起目的:

配合臺中市發展,以前瞻的都市發展趨勢為原則,作整體性開發。

#### 三、計畫內容:

草悟道(Calligraphy Greenway)規劃願景以書法的行草為概念,規劃時而緊凑、時而靜謐的氛圍、活動強度與空間尺度,如同書法中的「行草」的自然流暢氣韻,希將草悟道打造出都會特色綠帶空間。並在草悟道的兩端,串連起科學與藝術,當中注入年輕與創意的普羅藝術,園道週邊有街頭藝人、複合式經營的餐飲、服飾與手工店林立,各有其獨特風格呈現(以上資料來源引用自臺中市政府文化局網站,2013)。

#### 四、對臺中文創園區的影響:

草悟道整段北有科博館、中有市民廣場、南有國美館,整個園道是臺中市假日眾多人潮匯集之地,是近年臺中市新興的具有特色的商圈,有寬廣的市民廣場,開放綠帶空間供民眾休閒娛樂,週邊有餐飲店與百貨公司,食衣住行育樂等都可在草悟道完成,該地區已具有都市發展,所需的複合元素。對冀發展文創的臺中文創園區來說,需找出適當的發展定位與目標,做出具有自我特色的文創園區,並將功能區分出來避免重複,以達到良好的競合關係。

### 陸、干城商業區

#### 一、位置與面積:

干城商業區位於臺中市東區,範圍東起進德路,西至雙十路,南迄南京路,北臨自由路,整體總面積約19公頃。

#### 二、緣起目的:

干城地區最早為日治時期日軍軍營與練兵場,戰後變成國軍營舍。1987年臺中市 政府為配合臺中都會區未來都市發展,後來在進行臺中市第六期市地重劃,定位發展 成高密度商業區,以容納日後都市擴張過程中較高強度之商業活動,並期促使臺中市 成為國際性商業活動的一個重要據點。

#### 三、計畫內容:

干城商業區突破以往傳統都市計畫之小街廓規劃缺失,改採大街廓整體式規劃, 以期創造出良好購物與休閒品質,該商業區規劃冀望成為公有土地開發案之楷模。主 要以行人徒步購物為主,規劃採人車立體分離系統,並結合觀光、休閒性產業,讓干城地區不僅滿足臺中市居民購物需求,更能成為吸引國外觀光客的複合商業區(以上資料來源引自楊玫萍、李宜臻,2007)。

#### 四、對臺中文創園區的影響:

干城商業區鄰近臺中公園與臺中火車站,不管是交通或市區位條件都相當優良,但因臺中市商圈之發展,逐漸移往西屯區,因此十幾年前的市地重劃所規劃之街廓,仍然閒置至今都未開闢完成,若未來干城商業區與臺糖湖濱城建設完成,對臺中文創 創園區也許是利大於弊,因商業區可帶來龐大人潮,冀望臺中文創園區可藉由該地區所吸引的購物人潮和商業繁榮,亦可促使園區活絡。

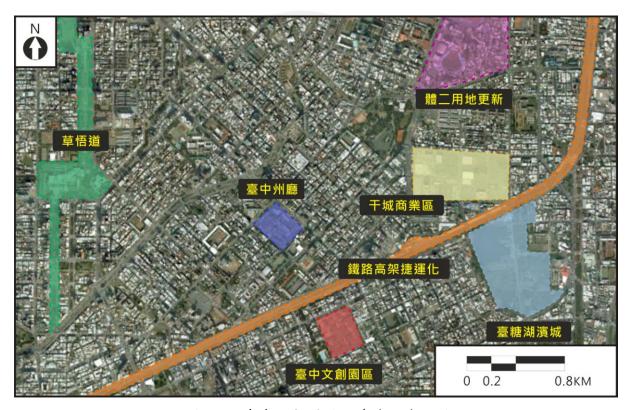


圖 3-3 臺中文創園區週邊重大建設圖

資料來源:本研究繪製

## 第三節 臺中文創園區與產業聚落

本節針對產業群聚的功能與定義做個陳述,並瞭解產業群聚的效果與概念,另外 也整理臺中市產業聚落以及文創聚落。

## 壹、產業群聚定義與功能

從經濟地理學來看,產業群聚(Industrial cluster)能在一定空間內緊密聯繫,產業發展過程中通常伴隨著產業群聚效應,不管垂直產業鏈或水平相關產業鏈,個別生產者能異業結合、相互支援和協助的效果,整體聚集再一起就發展成規模經濟和經濟規模地區,來聚集成經濟體,而創意產業的生成,通常伴隨著相關產業的互相扶持與配合(陳芙萱、劉皓仁,2012;廖世璋,2011)。

Michael Porter (李明軒,邱如美譯,2000)指產業群聚是產業在某種區域因地理相近、相互關聯性高,並具有共同性與互補性的特徵而群聚在一起的經濟地理現象,而 Scott (2000)認為在文化產業在空間範圍裡有明顯的群聚現象,並稱為團塊化,認為團塊化好處有:1.降低交易成本;2.資訊流通多與快;3.強化商務來往的網絡關係。另外在創意人才聚集部分 Richard Florida 提出《創意新貴三 T模式》,認為人才聚集之處,且包容性高、科技新穎之地區,該地區創新指數會較高,自然會形成創意氛圍和創意經濟(傅振焜譯,2010)。

換句話說,以產業群聚看文創園區,園區的確有資源和人才上便利性與功能性,若臺中文創園區可吸引人才和資源停留,將可發揮龐大的群聚效應,而非注重參觀人數和舉辦活動的多寡,園區首要目標是帶來創意產業工作者進駐,進而產生創意氛圍,讓整個文創園區的這個平臺組織更有效率。

## 貳、臺中市產業聚落

以臺灣來說,經濟發展過程中因地理關係集中而發展的產業聚落,多屬傳統產業 與勞力密集的中小企業,近年來政府開始再積極推動整合在地文化、美學與工藝,希 望以地方特色讓產業可以重新找到生產利基與定位(中華民國對外貿易發展協會, 2009)。根據中華民國對外貿易發展協會(2009)統計分析後,臺中市共有以下數個產業聚落的形成,其中以自行車、精密機械與樂器聚落最具規模。

表 3-2 臺中市產業聚落類別表

1.自行車	5.行動輔具	9.黏性膠帶
2.精密機械	6.永續資源設備	10.醫療器材
3.樂器	7.食品包材	11.塑膠材業
4.健身器材	8.塑膠混練材料	12.中西藥廠

資料來源:中華民國對外貿易發展協會(2009);本研究整理

而逢甲大學受託研究,中臺灣核心產業群落之產學研培育平臺及加值計畫中,根 據地理環境與世界未來產業趨勢,認為臺中市目前具有優勢與潛力的產業聚落有:

表 3-3 臺中市具優勢產業聚落類別表

1.工具機	5.薩克斯風產業	9.精密機械	13.精緻農業、休閒觀光
2.自行車	6.糕餅業	10.生技產業	14.文化創意產業
3.光電	7.手工具機	11.奈米與材料產業	15.生活服務型產業
4.食品	8.木工機械	12.軟體與數位創意	16.能源產業

資料來源:臺中市政府經濟發展局 (2011);本研究整理

以上可大致看出臺中市產業聚落類型,大致集中在機械製造業,但與本研究較有關的文創產,在臺中市各項具優勢產業聚落中佔有一席之地,可見臺中發展文化創意相關產業,是相當具有競爭力的,臺中市詳細文創聚落將在下一段做介紹。

## 參、臺中市創意產業聚落

透過產業鏈及產業群聚理論,將中臺灣具文化創意產業潛力特質之聚落,經由專家座談會初步遴選出69處潛力聚落,分別為原臺中縣19處、原臺中市10處、南投縣20處及彰化縣20處。經由評估要項層級與指標之權重值,再次召開文化創意產業重點落遴選座談會議,由專家群透過指標的權重分別對各個產業聚落給予權重數值,並統計分析出文化創意產業重點聚落,經由會議統計分析,再透過專家群討論,選出34處文化創意產業重點聚落(行政院經建會,2011)。

經由上述所建構之中臺灣文化創意產業聚落遴選指標權重後,舉辦專家遴選會 議,遴選中臺灣具有潛力之文化創意產業聚落,其遴選因考量幅員廣大故將中臺地區 分為原臺中市、原臺中縣、南投縣及彰化縣等四大區,本研究僅整理原臺中市7處、 原臺中縣7處,如下表所示。

表 3-4 臺中文化創意產業重點聚落

區域		文化創意產業重點聚落	
		水湳經貿特區	臺中文化創意產業聚落
		臺中都會藝文展演聚落	咖啡藝文生活區
	原臺中市 -	草悟道美術園區	創意生活產業街道
臺中市	_	雙十文化流域計畫區	-
產業聚落		自行車産業	大甲媽祖文化產業
	<b>広声</b>	后里薩克斯風聚落	大甲藺草產業聚落
	原臺中縣 -	豐原漆藝產業聚落	臺中傳統地方料理產業聚落
	_	東勢客家產業聚落	-

資料來源:行政院經建會(2011);本研究整理

另外臺中市政府文化局提出「臺中十大文創街區」的概念,大多為在地傳統產

業,經營產業群聚、創新研發,自然而成具有在地特色之文創街區,其中包含比較靠近一般庶民生活的文創生活街區,也有以產值產量為主的產業街區,也有以純藝術為主的藝文特區,臺中十大文創街區如下表 3-5 所示。

表 3-5 臺中十大文創街區表

1.大都會歌劇院藝文專區	6.豐原漆藝糕餅文創生活街區
2.精明大隆文創生活街區	7.新社花卉休閒產業街區
3.成功金工珠寶文創產業街區	8.臺中自行車創意產業區
4.臺中中區文創產業街區	9.后里薩克斯風文創產業街區
5.雙十流域文創生活街區	10.霧峰影視文創街區

資料來源:臺中市政府文化局 (2013);本研究整理

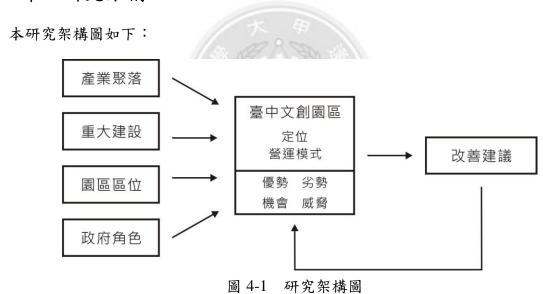
以上資料顯示大臺中地區,是有相當的創意產業聚落發展潛力,例如草悟道與雙十流域、自行車製造、薩克斯風產業、糕餅業等,都是重複出現比例高的創意產業聚落,未來臺中文創園區欲發展特有產業聚落,應避免重複以上產業聚落的定位,或者是形成鄰近產業聚落之文創展示平臺與人才培育場所,因文創園區擁有一個很良善的展示空間尺度,也較具有交通可及性與知名度,將是鄰近文創產業的一個良好展演空間,或是將中部地區未發展成熟且具有潛力之文創產業導入園區,利用園區優良的空間尺度與區位條件來做文創產業發展,也會是一項好的選擇。



# 第四章 研究設計與實施

經過文獻評析後,整理歸納相關研究針對研究臺中文創園區發展策略,提出產業 聚落、重大建設、園區區位、政府角色以上研究四大面向;其後,配合研究目的與問 題進行研究設計,本研究採取訪談方式,歸納並分析訪談資料,將所得結論呈現於最 末章。本章旨在說明本論文之研究設計分為三節,第一節在說明研究架構,第二節在 敘述研究方法與程序,包括研究方法、研究範圍、研究資料分析、研究信實度,末節 則是闡述研究限制、研究倫理以及研究者角色。

## 第一節 研究架構



資料來源:本研究繪製

#### 壹、產業聚落

探究產業聚落如何與怎麼影響臺中文創園區的發展,並瞭解臺中文創園區合適何 種產業群聚與目前有無產生產業聚落,再試圖尋找鄰近且合適與臺中文創園區搭配結 合的產業聚落,形成製造與行銷結盟,並其利用園區創意氛圍,形成產業群聚與產業 鏈之效果,形成異業合作與產業雙向交流,促進週邊地區互動與經濟成長。

#### 貳、重大建設

分析以臺中文創園區為中心點,向外半徑兩公里內之重大建設,選取可能會對園區產生影響之市政建設,並探究重大建設如何影響園區發展,簡述與分析可能對園區產生的影響,分析其競合關係。

#### 參、園區區位

臺灣各文創園區因空間和地域的不同,因此需要建立總體發展規劃,配合未來空間發展政策,結合園區內部與外部環境,必須考量該區位特性,建構完整產業鏈,發揮空間群聚效果,培養創意市場與地方社群,產生新的產業發展聚落(楊敏芝, 2009;劉大和,2003)。因此,將分析園區週遭的空間分佈及其內部空間,探究區位對臺中文創園區帶來什麼影響,與如何改善園區週邊環境來達到,促進園區成長。

#### 肆、政府角色

瞭解政府角色如何影響臺中文創園區的發展,園區因為文資局進駐有什麼變化, 去瞭解文資局經營管理園區的想法與概念,並試圖瞭解園區現況發展和文資局管理有 何原因,最後再探討文資局在公辦公營臺中文創園區發展應採取什麼態度與作為。

#### 伍、臺中文創園區發展條件與限制

統整分析針對外部因素的產業聚落、重大設施、園區區位與政府角色,並就內部 的定位與營運模式,整合後找出臺中文創園區,發展優劣勢、潛力與限制,再定出最 適與最佳臺中文創園區發展之策略。

#### 陸、改善建議

依訪談資料經發展條件與限制分析後,擬訂園區研究建議分為兩個面向:公部門、私部門來做闡述;研究建議供政府未來施政之意見參考,並希藉策略來改善園區優劣勢、潛力與限制,使園區有實質性的發展。

# 第二節 研究方法與程序

以下描述本研究,研究方法與程序。

## 壹、研究方法

以下介紹文獻分析、訪談研究法與個案研究法,闡述為何與如何使用該方法在本 研究之中。

### 一、文獻評析

首先先界定本研究主題,並針對研究焦點進行一連串的搜尋計畫,為瞭解該主題的背景,本研究者將以符合本研究主題之關鍵字蒐集學術期刊、相關文化創意產業專書、文化部文創園區研究報告、有關臺中文創園區規劃政府出版品與統計報告,並做整理分析過程。此目的是為了增加研究者對主題的瞭解程度,以批判角度來閱讀相關文獻,並建立研究架構(林淑馨,2010)。

表 4-1 次級資料來源表

資料類別	資料來源	內容概要	
期刊論文	華藝線上圖書館、臺灣博碩士論文		
	知識加值系統、Google 學術搜	有關文創園區、臺中文創園區	
	尋、國家圖書館館藏論文與期刊	等相關研究論文	
宁士次州	行政院文化部出版品、相關文創園	臺灣文化創意產業發展年報等	
官方資料	區規劃報告書	相關研究報告或政策	
報章雜誌	日刊,台上时初始中国时初签	針對文創園區評論或建議意見	
	月刊、自由時報與中國時報等	收集	
七剑声争	文化創意產業專書、相關文創園區	透專書針對文化創意產業,進	
文創專書	相關書籍	行全面瞭解	
網站資料	相關文創園區、各級政府部門相關	文創政策網站、文創園區網站	

網站、部落格與新聞評論

與政府相關單位網站。

資料來源:本研究整理

### 二、訪談研究法

本研究者先以文獻分析方式,尋找出當前臺中文化創意產業園區所面臨之問題,並全面深入瞭解臺中文化創意產業園區總體的情形。因此可和主題相關各方面做詳細的調查,分析相關人物與歷程,也較能收集全面、完整的資料,如報章雜誌、政府出版品、訪談等等,進行多方交叉檢證,降低可能產生的研究限制,整理歸納後找出缺陷,並將其帶入訪談大綱之中,在訪談之中帶有目的性,對訪談對象問答交流,採用半結構式訪談,訪談目的在於瞭解受訪者,對此臺中文化創意產業園區缺陷的建議與看法(林淑馨,2010)。

綜合上述所言,在本研究中所要探討的為「臺中文創園區」,以實際參與文創園區 運作之利害關係人為最主要的主體,若透過量化問卷,恐怕無法深入瞭解文創園區政 策執行過程中之困難與狀況。因此,本研究乃採取深度訪談法,以特定議題之訪談大 綱,擇定訪談臺中文創園區之相關利害人,透過訪談、對話,深入瞭解受訪者之感 受、認知、經驗與行動意義,與政策本身之脈絡關連,獲取最直接的核心價值理念。 針對本研究,訪談實施步驟如下:

- (一) 擬定訪談大綱:根據研究問題,訂定合適之訪談大綱。
- (二)確定受訪者:邀請相關產官學界人士,並告知研究主題、目的,事先以電子郵件或電話聯繫並確認時間與地點。
- (三)給予受訪者訪談大綱:為了研究的信實度與訪談的流暢性,在訪談前一星期給予受訪者訪談大綱,使其初步瞭解訪談內容。
- (四)訪談同意書簽署:正式訪談前,先取得受訪者訪談同意書,並詢問是否可錄音,遵守研究倫理隱私與保密原則,訪談內容僅用於此次研究使用。
- (五) 訪談內容轉為文本:將錄音內容整理成逐字稿。
- (六)歸納研究結果:將逐字稿做文本分析,整理歸納出研究結果。

#### 三、個案研究法

本研究採單一個案研究類型,目的在於可全面深入瞭解臺中文創園區總體的現象,因此可和主題相關各方面做詳細的調查,分析相關人物與歷程,也較能收集全面、完整的資料,如有關臺中文創園區、文創政策、文創產等,報章雜誌、政府出版品、相關網站。

針對個案臺中文創園區之相關政策利害關係人,使用深度訪談官員、相關學者與經營廠商,並不定時至臺中文創園區做現場實地觀察等等,進行多方交叉檢證,降低可能產生的研究限制,盡可能降低可能的錯誤詮釋,並讓個案相關資料的蒐集達到最大的程度(林淑馨,2010)。

### 四、態勢分析法

態勢分析法(Situational Analysis)又稱 SWOT 分析理論,通常用於企業策略規劃之分析,其中 S、W、O、T 四個字母,分別代表優勢(Strength)、劣勢(Weakness)、機會(Opportunity)、威脅(Threat)。依據 Heniz Weihrich(1982)認為,SWOT 是企業策略規劃之重要環節,而優勢與劣勢定位係指內部環境之評估,機會與威脅則為外部環境評估,其分析步驟為:

- (一)進行描述、定義,使策略之擬定能更為明確。
- (二)確認影響之外部因素。
- (三)檢視內部之優點、缺點。
- (四)發展所有可行之策略。
- (五)選擇可行之策略。

而態勢分析法用於公共政策之分析時,其結構雖然簡單,但是卻可用來處理複雜之問題,透過一系列之分析過程,找出其競爭優勢與機會,設法持續領先、掌握契機,並讓缺點呈現並可注意到所受之威脅,補強政策制定時的不足。

## 貳、研究範圍

針對本研究範圍呈現三部份,第一部份為研究地區,次為訪談對象的選擇,最後 描述則是訪談時間與場地。

## 一、研究地區

本研究地區為臺中文創園區,該園區前身為臺中舊酒廠,位於臺中市南區、臺中後火車站西側,佔地約6.3公頃。東側為10公尺之民意街、西側為10公尺之合作街、南側為10公尺之信義路、北側臨25公尺之復興路,位於臺中火車站後站區域(臺中文化創意產業園區網站,2012)。



圖 4-2 研究範圍圖

資料來源:本研究繪製

#### 二、訪談對象的選擇

以臺中文創園區為個案研究對象,本研究在確定研究主題與目的後,採立意抽樣 法、滾雪球抽樣法來選擇訪談對象,涵蓋範圍包括公、私部門,產業界:選擇園區內 經營管理之廠商;政府機關:為文化部文化資產局、臺中市政府文化局文化資產管理 中心為主要訪談對象;而學術界:大學相關領域專家學者等,以上本研究訪談類別共 分為三類。希透過訪談與推動過程中,找出園區發展影響因素、推動之困難點以及對 對園區發展之建議,分別就各受訪對象說明如下:

- (一)P1 受訪者為臺中市某校相關科系教授,長期研究臺中市文化創意產業,並知悉臺中文創園區和臺中市重大建設相關規劃。
- (二) P2 受訪者為臺中市某校相關科系教授,曾進駐於臺中文創園區數年,並熟悉文 化創意產業。
- (三) P3 受訪者為雲林縣某校相關科系教授,瞭解工業遺址的轉型與發展。
- (四)O1 受訪者為行政院文化部文化資產局官員,瞭解園區內部運作與政策規劃。
- (五)O2受訪者為行政院文化部文化資產局官員,長期在園區擔任相關主管職務,瞭 解園區內部運作與政策規劃。
- (六)O3受訪者為臺中市都市發展局市政顧問,長期參與並瞭解臺中市相關建設政策 規劃與脈絡。
- (七) O4 受訪者為臺中市政府文化局文化資產管理中心官員,在園區擔任相關主管職務。
- (八) C1 受訪者為臺中文創園區內部經營管理廠商經理。
- (九) C2 受訪者為臺中文創園區內部經營管理廠商總經理。

表 4-2 訪談對象清單

受訪者編號	訪談日	期與時間	受訪者類別	職稱
P1	20130311	10:30~11:20	學術界	教授
P2	20130326	13:30~14:10	學術界	教授
P3	20130417	13:40~14:40	學術界	教授
O1	20130329	15:00~16:00	公部門	文資局官員
O2	20130403	15:00~15:40	公部門	文資局官員
O3	20130422	09:00~10:00	公部門	市政顧問
O4	20130722	10:00~11:30	公部門	文化局官員
C1	20130407	15:00~16:50	產業界	廠商
C2	20130422	15:00~16:30	產業界	廠商
訪談對象共計	- //	AF A PA	Tip 1	9人

資料來源:本研究整理

### 三、訪談時間與場地

本研究訪談時間從2013年3月到2013年4月,共計約2個月。每次訪談時間控制於一個小時內,視受訪者互動之情況縮減或延長,次數以一次為原則,視實際需要增加次數;訪談地點選擇則是以受訪者方便,感到舒適的空間為主,而對所有受訪者訪談地點盡量選擇受訪者熟悉的場域,讓受訪者可以暢所欲言,進而減少受訪者因環境而影響訪談進行。

### **參、研究資料分析方式**

本研究者都在事先取得受訪者同意之下,以錄音筆錄下訪談過程,將其錄音內容 謄寫為文字稿,並再次聆聽錄音內容,以客觀、中立之態度,確認受訪者之論述有無 遺漏、錯誤,務必使訪談資料忠實地呈現。依訪談稿,將受訪對象進行編號,對資料 進行討論與比對,將不同受訪者的訪談內容,影印分類並歸納,針對研究問題做出分析、歸納,作為論文研究的討論與發現依據,並進行詮釋與對現象的瞭解說明,給予 政策建議,達成研究目標,資料分析施行步驟如下:

### 一、閱讀資料並尋找意義

詳細閱讀原始資料,進行資料分析之前閱讀兩次以上,並嘗試不同角度理解資料內容與所代表之意義,避免因個人主觀而扭曲了原意,對資料產生誤解。

#### 二、編碼整理

配合不同的研究目的與研究問題來蒐集資料,做為分析資料的主要基礎,利用不同顏色與關鍵字做區隔分類,而文字稿內其他相關資料有助於研究,也將其做編碼整理,並做標記,最後將每個類型資料在同一處統合並逐步分析(林淑馨,2010)。

#### 三、訪談反省

訪談後有許多改進的地方,可供下次訪談參考之用。首先,錄音筆的品質相當重要,因環境有許多不可抗力之因素,可能會產生許多雜音,若是無法將聲音收錄清楚,將對日後整理成文本資料有相當的困擾;第二,訪談大綱中,有許多專業名詞,可能需要特別註解或換句話說,以讓受訪者清楚了解訪談方向;最後,訪談技巧需要多加磨練,在訪談過程之中可以營造更輕鬆的情境。

#### 四、資料呈現格式

在資料引用方面,研究者將引用的文件或是訪談的資料分兩種方式呈現,將引用文件和訪談資料獨立於文字段落外,改用 10 號字大小的新細明體,同時將引文左右縮排兩個字元,並在每一句引文的最後,都加註日期及資料類型,訪談資料的格式為(年月日訪談對象),例如(20130311P1)表示引文資料出自 2013 年 3 月 11 日學術界教授的訪談資料,其他文本資料的格式為(年月日資料類型),例如(20130508NP1)表示引文資料出自 2013 年 5 月 8 日報紙的文本資料。

### 肆、研究信實度

本研究利用三角檢驗法,使用不同的資料來源,改進研究結果的清晰度與精準 度。關於訪談問題的檢測,可在訪談片刻後將同問題稍做變化,以不同角度與方法再 重複對受訪者發問,或擇日再度訪問同受訪者,類似問題再度重測,並評估回答內容 是否具一致性,將類似問題訪問同領域背景,相互對照比較。

訪談邀約確定後於訪談日期前一個禮拜,給予受訪者訪談大綱,助其減少因記憶問題而降低信實度;並利用次級資料分析對照受訪內容是否相符合一致性(陳向明, 2002)。



## 第三節 研究限制與倫理

研究當中所受到研究方法或研究內容的限制,以及研究倫理與研究者角色,呈現如下。

## 壹、研究限制

本研究面臨之限制,主要可分為數點,茲分述如下:

#### 一、研究方法的限制

本研究採個案研究法與深度訪談法,對於其他研究對象類型與研究主題上,如: 藝文空間或是藝術聚落,亦或是消費者、策展者的想法與建議,無法納進本研究之中,個案研究亦無法推導致其他文創園區或類似的藝文空間,但冀望可以提供為類似園區的借鏡與參考;另外訪談之中某些隱私性的問題、價值對立的情況或研究者個人約訪網絡關係上,也易造成研究上的限制。

#### 二、研究內容的限制

研究者個人的專業訓練在資料收集當中扮演相當重要的角色,需要理論基礎與熟練訪談技巧,並運用各種訪談技巧來深度瞭解受訪者的想法,更加需要清晰的邏輯能力,研究者必須具備上述專業素養與經驗,來確保資料的完整性。

#### 三、資料分析部分

本研究在探討臺中文創園區發展策略中,由於園區委外經營部份為民間私人企業經營,因此該企業內部經營及獲利之相關資料,由於涉及廠商商業機密,無法完整取得,可能影響資料分析結果;另外研究者因個人能力與選材部份,在資料分析面向主要以都市發展面向,看待臺中文創園區之發展策略,針對文化資產、文創產業之反思、批判以及臺中市在地文化、在地社區,在本研究之中較少涉略。

### 貳、研究倫理

本研究使用文獻分析與訪談蒐集相關研究資料,於訪談當中將與訪談對象建立互

動關係,在研究進行時研究者必須遵守相關研究倫理之規範,以維護研究的正當性並確保研究品質,身為研究者本身就是一位學習者的角色,必需以中立客觀之立場,積極、客觀、謙卑的學習心態,保持開放的態度聆聽異見,建立與受訪者良好之互信關係,秉持公正客觀,以求貼近事實之真相,避免產生過度引導,研究者參考林淑馨(2010)以及陳向明(2002)研究倫理相關問題的論點與歸納後,並在研究中遵守以下規範:

#### 一、取得受訪者同意並誠實告知研究目的

於訪談行前,先告知受訪者研究目的,並將邀請訪談文件、訪談同意書與訪談大綱寄予受訪者,在正式訪談前,先請受訪者簽署訪談同意書,並取得錄音的同意,絕 不強迫任何人參與研究,參與研究必須出於自願。

## 二、尊重受訪者的隱私與保密原則

對研究者本人在研究過程中,所有行為舉止都需符合道德意義,不假造資料與偷 竊資料,對受訪者以匿名方式呈現於本研究之中,並盡可能不過於影響受訪者的情況 下做訪談工作,且絕對尊重受訪者個人隱私與保密原則。

### 三、研究者的哲學觀

研究者需客觀的將資料如實陳述,並反思研究可信度與限制,並時時檢視資料「如何」與「為什麼」,讓答案自己浮現,而不主觀認定。

#### 參、研究者角色

研究者於大學期間從 2007 年 9 月到 2011 年 6 月共四年,就讀逢甲大學都市計畫 與空間資訊學系,求學經驗型塑我對臺中市都市發展與規劃的瞭解。而其中最重要的 是都市計畫實習規劃實作課程,此課程對本研究者來說,提昇對臺中市都市發展脈 絡,具有相當程度的瞭解,乃至於到研究所進修時,更有幸到臺中市都市發展局校外 機構實習一段時日,獲得與本研究相關較深入資料,俾利於研究之進行。

# 第五章 研究結果分析

藉由文獻資料分析,並結合專家學者、政策利害關係人對於政策之看法,經過整理、歸納後,提出相關論述。其研究結果分析,除了回應本研究目的之外,也希望找出政策之問題,提出具體建議,作為政府未來政策修正之參考。本章研究結果分析分為四節,第一節為臺中文創園區發展因素影響;第二節呈現園區發展定位與營運困難瓶頸;第三節陳述園區發展條件與限制;最末節簡述園區發展策略改善建議。

## 第一節 臺中文創園區發展之影響因素

本節目的在於討論臺中文創園區發展因素影響,並就如何與怎麼影響園區發展做 分析。

## 壹、產業聚落因素之影響

探究產業聚落如何與怎麼影響臺中文創園區的發展,並瞭解臺中文創園區合適何 種產業群聚,以及目前園區內部有無產生產業聚落。

#### 一、臺中文創園區應與鄰近產業聚落攜手發展

臺中文創園區週邊有臺中著名的打金街(成功路)、婚紗街(三民路)以及臺中著名的糕餅業(自由路)等,都是鄰近臺中文創園區的產業聚落,因地利之便不管是工具、消費者或專業技術人員,都可在上述這些地方找到,若針對園區目標定位是和這些在地產業聚落做結合,也不失一個辦法。目前園區是採取歡迎且開放的態度,讓這些產業聚落進駐發展,但目前還沒有這樣契合機制的建置,目前臺中文創園區並未與週邊產業聚落做共同合作發展,臺中文創園區與週邊產業聚落兩者是沒有交集的。

其實原創設計產業、工藝產業,或是視覺藝術產業,其實都是適合的啊,或是影視也適合, 其實臺中也適合有這樣的資源,這其實都是適合的,創意生活也 OK…因為臺中這個地方適 合,如成功路就是原來的臺中的打金街,原來就是做打金飾品的,它一整條街都是做飾品的,你可以在那裡找得到工具,在那裡找得到師傅,在那裡可以找得到很多小的工作室,然後三民路就是婚紗業嘛,它也可以做時尚產業。(20130326P2)

那目前的舊市區的這些部分,它有一些特色街道,譬如說有些部分他會比較偏重在這種吃的部份,那有一些是電子街,也有一些地方是有很多街道是比較多金屬加工或者是首飾的,或者是有些街道是婚紗的,那我覺得說這些其實都跟文創有滿好的關聯性。(20130311P1)

那你又是沒有,在地的根在那邊支撐,他就變得是一個,就是短期短期短期的,過不久就變成公部門很大的財政包袱。(20130417P3)

要搭最好是搭,你來文創這邊來看,來參觀要回去,帶一些伴手禮回去,那種產業會比較 好,互動可以下去,和這個搭上去就像糕餅業,有的遠途來的,看完要回去,順便去糕餅店 買一買,要那種的會比較好。(20130422O3)

這我們都開放的,他們可以進來,但現在沒有契合機制來互相。(20130417P3)

誠如以上受訪者表示,園區欲發展的文創產業是要有在地性的,才會有基本消費 能力的那個根存在,不然只是空降一個產業到臺中文創園區,成效可能不會太好,因 為沒有考量文創產業的一個重要的條件「在地化」,若臺中文創園區搭配週邊產業聚落 發展會是一大機會。

## 二、臺中文創園區內部未帶動產業聚落效應出現

臺中文創園區內目前尚未有文創產業聚落效應的產生,目前園區僅以展覽活動與文資局辦公空間為主,這兩類的活動模式未助園區形成產業鏈與產業聚落群聚,整個園區未在文創產業部份有著正面的發展,因展覽活動非長駐型活動,僅為期兩三個月不等的展覽活動時間,無法給予園區與週邊環境帶來效益。

它只有辦活動啊,展覽不會產生產業聚落,你真的要有產業聚落,真的是要有進駐才有辦法

產生聚落,譬如說後面那一區讓藝術家可以進駐,那它才有辦法產生聚落。(20130326P2)

就是有關產業聚落的形成的這個部分,我們覺得就是說,目前這個產業聚落的形成就是沒有做到…即使是現在叫臺中文化創意產業園區,在文資局的主導之下,似乎在產業這個部份,也沒有一個很好的發展。(20130311P1)

但我現在看到臺中文創園區這個鏈,其實還沒有很鮮明的形成。(20130422C2)

但就對文化創意產業,個別產業性來講,我不敢講,但就個別產業性質來講,可能是沒有… 但就產業個別來講的話,可能沒有,但是文創產業裡面,文化園區裡面算是一個產業類別, 就那個類別來講…就是這個什麼文化資產展演產業這部分啊。(20130403O2)

讓一些創意人口比較便宜的租金能夠進駐,譬如說學校或這是一些設計師或者是藝術家等等的這個部分,但是就是因為說它目前的這個都是比較散落的,比較沒有辦法很有效的聚集,所以沒有一個比較明顯的產業聚落,所以像 TADA 這樣比較大型的一個園區,其實他還是必要的,就是說假設他這個大型園區主要來作為他這個節點或是產業聚落的中心的話,然後它就可以讓這些散落在中區的這些創意的這些點,可以有一個比較好的平臺或比較好的一個串連的機會。(20130311P1)

受訪者認為臺中文創園區現在都是短期短期的展演活動,包含畢業展或是大型展覽,它無法產生所謂的產業群聚,導致園區只是一個大的藝文展覽空間,無法形成產業鏈與產業群聚,臺中文創園區頂多符合文創法中的「文化資產應用及展演設施」這一項產業,其他原本想做的建築、藝術、設計產業都並未發展起來,已有偏離定位之傾向,未來園區要發揮平臺的功能,整合這些散落在中區的創意據點,並針對園區定位做實質的政策執行。

## 貳、重大建設因素之影響

討論臺中文創園區週邊重大建設如何影響園區發展,並試圖分析可能對園區產生

的影響,鄰近重大建設影響園區最大的應是臺中州廳,因地理位置相近且定位都有發展文創產業之目標。

## 一、臺中文創園區發展與鄰近重大建設具有乘數效應

舊州廳未來打算做古蹟旅館與部份的藝文空間,欲利用都市更新手段來開發,也打算引進集團來興建現代化的旅館,讓舊州廳未來整個做為商業旅館,具有現代化的旅館結合日治時期建築的舊州廳,吸引旅客過夜停留於臺中數日;受訪者認為臺中文創園區和舊州廳兩者可以互相吸引與學習,對園區發展是相當具有正面的效應,而不是威脅。

園區未來可和不同性質之重大建設,做個串連之行銷策略,這會是相當具有賣點與效益,譬如說臺中公共資訊圖書館、草悟道、舊州廳與文創園區這邊來做結合,形成文創金三角,當中利用BRT、捷運紅線以及自行車道連結各處等等,這些都是可以被考量的,透過這些市政建設與園區做個競合關係的連結。

那麼我們在臺中的這一部份,鐵路高架捷運化就是說,可以讓大家比較方便到臺中來,這裡離車站也很近,所以說這是對它是有幫助的啊…舊州廳啦、草悟道啦,這些其實是對它互相啊,並不排斥,這些裡面將來的功能並不排斥。是大家能夠吸引中部地區的人啊,整個臺灣地區的人,能夠更吸引他們到這個地方來,這邊來的話可以互相的觀摩,可以做為互相觀摩啦,可以互相吸引人潮,幫助吸引人潮到這邊來,這不是威脅,而是一個助力。

(20130422O3)

這種東西文化資源東西,文化空間一直進來越來越多,它不是有競爭的,我覺得不是競爭的概念,群聚帶來的效應會更大,我不會覺得有威脅,我覺得是好事,因為表示臺中市政府會投入更多的資源進來,那會有發展的話,我們的空間會結合起來,不會他們發展而我們不會。(2013040302)

那車站這邊要整個改建,這裡會有一個轉運站…轉運站這邊再過來想要做一個,大型公園用

地還是什麼,那是還沒有定案…復興路在過去那裏不是有一個干城營區…那裡整個放著,那裡都是商業區,那邊就是有建國市場的一些,在那邊做一些臨時的攤販集中場在那邊在做生意。(2013042203)

重大建設當然會影響 TADA 的發展,高架捷運化會讓前站的部分連結到後站,所以後站會有一定的發展,那舊州廳再利用應該也會有,只是它比較遠一點點…其實當初 TADA 規劃有考量與週邊的連結性,現在已經建設好了,包括圖書館的部分,一個線性的連結或是和火車站的連結,或是說未來的捷運站的一個連結。(20130326P2)

但是我們認為未來透過這個大的這些開發案,應該跟 TADA 的這個發展上面,去做一個競合。(20130311P1)

然後可以跟週邊的這個來做串連,我們知道就是從臺中公園,一路能透著這個鐵路的高架 化,或是地方的捷運化,那就可以串連到原來臺糖購物中心這塊,劃到火車站特定區…就是 到我們 TADA 的這一塊基地來,所以它是未來中臺灣很重要的一條這個我認為有機會創造文 化流域。(20130311P1)

位於臺中市舊市區的重大建設:臺糖湖濱城與干城商業區,兩者目前皆尚未開闢完成,日後兩處商業區若開發完成,也許對園區會是一個帶來龐大人潮與商機的正面效益,透過這些不同類型的市政建設,串連出多元的區域特色,應可吸引更多人潮與商店進駐。誠如以上受訪者所述,藝文空間與藝術能量越多越有群聚效應(Cluster Effect),如果臺中市政府資源也投注到臺中舊市區這部份,會讓這整個地區活絡起來,更能產生藝文氛圍,並能整體行銷讓這地區具有更多元的文化藝術的呈現。

#### 二、臺中文創園區對臺中市都市發展具有正面意義

文創園區此類的文化設施、公共設施,會是都市發展中一個重要的活動,園區甚至可以比擬於正在興建的大都會歌劇院、國美館,雖兩者層級不同,但上述三者都是未來臺中地區主要的文化設施,應該要肩負起中彰投地區的藝文活動的領頭羊,創造

屬於臺中自己的在地價值,園區除了是藝文空間外,亦可成為臺中舊市區的開放休閒空間,供日常生活居民休閒的好去處。

都市發展上站了很重要,十幾年進來以後,你會知道這南區發展會比較慢,南區針對其它地區,它有鐵軌的阻隔,我們進來這樣經營了以後,整個地價都漲了,再來我們和第三市場這些里民關係,他們都希望我們在這理,他們生意都變好了。(20130403O2)

這都市發展來講,這也許會帶給臺中市有更好的文化空間,也會變成未來以後的一個文化空間地標…對臺中市整個都市發展來講,或是就文化活動來講,不過以文化空間來講,是一個正面的,而且具有價值的東西啦!(20130403O2)

以及中彰投這個地區啊,起一個帶頭的作用這樣,那對於整個帶頭了以後,大家希望能夠增加投入,這個文創事業的工作,那麼使得都市啊,能夠進一步的發展,主要是能夠起這個帶頭的作用…將來遭週的建築物,它的都市景觀也有一些,能夠有一些這個文化創意這種意象出來,能夠整個變成一個大的,不只是這個園區,要整個地區都要變成,有文化創意的一個區塊。(20130422O3)

那臺中市的中區裡面,它整個都是商業區,它非常的缺乏廣場或這是公園綠地,那未來在我們剛剛講的幾個重大建設裡面,包括這個臺中火車站的特定區,或者是舊州廳的再開發,乃至於我們今天談到 TADA 的這部份,其實它們是比較有機會去提供這個活動的場合所,跟這個廣場的一個機會,所以臺中市中區的再發展,未來會朝向文化加經濟這樣的一個方式…就會扮演滿重要的這個角色。(20130311P1)

它的發展在臺中市來講我們相當樂見的…文資局可以在臺中市設置,對臺中市整個發展上來 講是好的,對於臺中市是有正面貢獻的…不只對文化的保存是有正面的,帶動地方的發展也 是有相當大幫助。(201372204)

受訪者 O3 希望園區在都市發展過程的都市設計、建築設計以及公共藝術等,能在

園區週邊環境有個良好的互動,希望日後園區不管在建築或設計視覺方面,到內容產業上都創造一個整體性的文創氛圍區域,形成具有臺中獨有特色的文化地標。

## **參、區位因素之影響**

分析臺中文創園區週遭的空間分佈及其園區內部空間,探究區位對臺中文創園區 帶來什麼影響,與如何改善園區週邊環境來達到促進園區成長。

## 一、臺中文創園區區位條件優良

園區位於臺中市南區,且鄰近具有臺灣重要大眾運輸的臺中火車站,交通可及性高,雖臺中舊市區發展漸沒落,但認為說它的發展潛力不小,且整個臺中市市政建設規劃資源漸漸投入在此;另外臺中文創園區與雙十文化流域、20號倉庫、文英館與舊州廳等,這些藝文空間地理位置相近,不管是聯合發展文創產業與商品、活動等進行交流,都會是相當好的區位條件,所以園區區位條件後勢看漲。

看他在做都市規劃的時候,其實那區位的條件是很好的,那區位的優缺點,跟其他不管交通也好,跟其他藝文的關係,應該是不錯的,優點應該是蠻高的…那它的區位真的是很好,因為在火車站附近。(20130326P2)

TADA 這個區位我認為在未來會越來越重要,因為現在因為都市發展的這種原因,就是比較偏在後站或者是南區的這個部分,它現在也發展的還沒有那麼樣地有效,或者說他的串連性還沒有那麼的好,但是我們認為未來透過這個大的這些開發案,應該跟 TADA 的這個發展上面,去做一個競合。(20130311P1)

我們說的天時地利人和,包括說當然位置也是一個還算交通便利不錯的地方…它這個空間對它來講就是最大的便地性,所以因為這樣的情況下它可以跑得更快。(20130422C2)

回到 TADA 的區位說,它的發展現在是因為,臺中市政府其實做了多的努力希望,去刺激都市更新讓中區發展。(20130311P1)

而就區位來講是比較近市中心,也靠近火車站比較便利。(2013072204)

目前臺中市發展重心漸集中於臺灣大道或新市政中心一帶,臺中市區位條件在變動,園區區位條件相當具有潛力與優勢,如鄰近臺中火車站、舊州廳等等,園區若能與之連結,善用園區區位條件,對園區發展是相當有益處的。

## 二、臺中文創園區建物空間尺度大

園區內靠近信義南街一側,還有未整修完成的空間,換句話說園區空間還可開發利用的空間彈性大;另外在中部地區尚未出現同性質藝文空間,受訪者認為園區在空間尺度大,這部分保有相當大的優勢,舊州廳、20號倉庫、市役所以及文英館等等展覽空間,都無法比擬園內在空間尺度上的優勢。

但舊州廳不管怎樣做,都不會比 TADA 大,因為那是尺度的問題…TADA 這麼大,而且他有這麼多的工廠是沒被利用的,所以他的前景,它的應用性,與可被運用性,或是規劃性一定是比較好的…場地夠大園區也夠大,然後經過這幾年的整治其實也都很好,那裡面大部份的建築,這些舊的建築也都保留滿好的,就文化資產來說價值是很高的。(20130326P2)

我覺得州廳它這個地方,它也會有一些文化的這個表演跟展演…它裡面活動的能量上面,或 是場地上面,它沒有辦法像 TADA 這麼樣的可以去做比較大型的或者是說…TADA 這邊它提 供出來的整個戶外的博物館的這種感覺,是會更明顯更吸引人的。(20130311P1)

還是有未完成整理的這些舊建築物,還是有那個潛力,如果這些舊建築物做一個很好的運用,它還是有很好的一個潛力來做為一個這個文創產業的聚落的一個部分…然後它的這個目前的這些建築物還有很多的空間,是未來還有很多的潛力進去開發出來的。(20130311P1)

因為中部也沒有什麼地方,除了科博館喇,有時候他們也會辦不錯的展覽之外,其實沒有太

多太大的地方。(2013032901)

文創園區對臺中市來說是最大的文化資產聚集的地方,我們在其它地方都是單棟單棟的,像 這樣相當多棟的歷史建築在一個地方,目前在臺中市來講是第一個,而且他面積夠大…而且 就這幾年它有比較大型的活動,像合併前的大墩藝文中心檔期相當多,相當不容易進去,就 大型展覽來講。(2013072204)

整合以上受訪者訪談資訊認為,園區場域夠大建物內部空間夠大,且還保有老建築群的文化價值與氛圍,舊工業磚造廠房加上新創意產業,對園區來說是一個相當重要的優勢,園區應善用這樣的空間尺度優勢,應吸引更多更大型且符合園區定位之人才培育活動、展覽活動與文創產業等等。

## 肆、政府角色因素之影響

瞭解政府角色如何影響臺中文創園區的發展,園區因為文資局進駐有什麼變化, 並試圖瞭解園區現況發展和文資局管理有何原因。

### 一、中央與地方缺乏實質府際關係互動

由訪談結果來看,臺中市政府與文化部文資局兩者府際關係(Intergovernmental Relations)缺乏實質互動,僅有行政業務上來往,園區發展還是由文資局主導,中央與地方對於園區發展未有實質互動關係,不管是圍牆議題、景點整合或是從臺中市文創產業來看,園區的文創平臺效果與效益並不大,雙方各自有各自的考量與思考模式,未有整合性的考量。另外文創園區內屬於文化部,而園區外基礎建設、景點串連以及交通規劃則屬於臺中市政府管轄,兩者之間需要有跨域治理(Across-Boundary Governance)概念,應將園內與園外週邊地區有個整體性的良好規劃,突破中央與地方互動之限制。

我覺得這是從地方建設裡面是最不智的一環,因為為什麼?文創園區每年營業的這麼多東西,其實你可以透過這樣的枝葉,往週邊的社區去發展,那我們講的美化社區也好,或帶人人文進入社區,這都是一個絕對可以做的事情,可是因為現在所謂的公領域,它的主人是不一樣的,我們文創園區屬於文化部,其它社區的道路資產可能屬於是臺中市政府的,所以也因為這樣的情況下那就各自為政了。(20130422C2)

這裡沒有聲音太久了三十幾年了,已經沒落這麼久了,那現在誰要來弄這件事情,會讓我感覺很混淆,到底是文化部要弄,還是臺中市政府要弄。(20130407C1)

事實上文化空間很多啊,包括美術館可以延伸到這裡來啊,延伸到霧峰交響樂團,這些契合都要靠臺中市政府啦。(20130403O2)

因為我們在組織上還是有中央和地方的關係,在制度上我們是各自不相隸屬,但是在運作上,其實我們在這裡有很多的方便性…府際關係因為我們和他們還是有監督,或是說中央和地方的角色在,我們不是一個平行的府際關係,業務上是受他們監督,然後經費上這樣,只是辦公上或者運作上。(2013072204)

園區主要還是依他們的想法去做,但若牽扯到消防或建管,就會送到文化局來,因為園區畢竟在地方…那以這附近的發展,當然還是回到市政府相關的局去做…園區整個發展還是要回到文資局本身,園區要朝向怎樣的發展,還是以文資局為主,我們只是法令上有需要,譬如說要審,還是怎樣的去做配合。(2013072204)

承如以上受訪者表示,園區內部的發展是由文化部文資局負責經營管理,而園區外的環境、交通等市政議題,則是屬於臺中市政府所管轄,目前臺中市政府與文資局 兩者是沒有實質溝通協調機制來,共同處理園區的發展策略,一旦兩者府際關係不融洽,許多對文創園區或臺中市有利之政策,將無法成功推動與執行,文資局為中央一級單位,應有更積極態度與臺中市政府合作,整合中央與地方資源,促進園區與園區 週邊環境之發展。

## 二、文資局專業領域不在促進文創產業發展

受訪者認為文資局業務與專業,並非在促進文創產業發展、經營管理廠商或是規劃活動吸引人潮,而是在管理全臺灣有形與無形的文化資產,兩者專業領域不同。另外臺灣五大園區還是文化創意產業環境整備的那一個部分而已,文創產業發展以及人才培育等,還是必須依賴文化部文創發展司,所以文資局在管理園區部分,較著重於展演活動,盡量利用空間、活化空間與吸引人潮,總之園區經營管理與促進文創產業發展,文資局認為是兩個不同的層次。

我們在行政院的文創政策產業上吼,我們只是它其中的一環叫做,硬體的空間文創園區空間整備的一環而已,那所以軟體的部分都在文化部裡面,跟我們沒有關係…五大園區是屬於他其中一個硬體的部分,是文化創意產業環境整備的那一個部分而已。(20130403O2)

就硬體活化的部分,一種工業遺產活化再利用角色這樣子…那軟體的部分還是要聽到部裡頭,還是要他們那邊同意,也要行政院同意的,五大園區這部分這樣,至於他們政策上人才培育啊,或是哪個產業發展那樣,比較沒關係啦…所以園區上真正在文創產業上軟體上,應該也比較沒什麼影響關係。(20130403O2)

會變成說它和臺中市文化局,就是他也不能單純只做臺中市嘛,不然就會變臺中市文化局的 角色,所以它應該要有更清楚的規劃,要不然會有一點角色混淆不清。(20130326P2)

實際上 TADA 在規畫設計上,有個蠻重要的變數,是現在的文資局,進駐到 TADA 裡面去,那文資局有自己的任務,比較偏管理全臺灣的有形和無形的文化資產,這樣的公部門進駐以後,其實就和當初的 TADA 規劃設計有一些,在結構上有非常不同的部分。(20130311P1)

但因為文資局進入到 TADA 後,在整個活動和裡或是營運管理部份,主體已經存在裡頭,到 後頭哪些活動適合到 TADA 舉辦,哪些活動要篩選,其實是由文資局來負責跟整理。

(20130311P1)

再者文化部文資局與臺中市文化局,舉辦所謂的臺中文化創意活動,讓人感受到 兩者有點角色模糊甚至是重疊,受訪者認為文資局這個中央單位沒有清楚呈現出一個 中央機關經營文創園區應有的格局與廣度,文資局應重新檢視自我在臺中市扮演的角 色,亦或是與地方政府文化局共同舉辦或協辦活動,減少角色重疊之處。

## 三、文資局政府角色影響臺中文創園區之發展

臺中文創園區的主事者為文資局,屬於公部門角色,受訪者 O1 認為公部門負有公共服務的責任,站在公共利益的角度讓園區的公共責任發揮到最大效益,所以與專家學者以及廠商之看法不同,因此園區在文資局的帶領下,比較傾向公共利益、公共服務部份,暫不考量商業化與產值的問題。

但我們因為富有公共的責任,所以角度會不太一樣,所以我們在看時候也可以分析一下,其實我們負有公共服務的這個部分,是跟一般人看的會有點不同,所以就差在這裡。

(2013032901)

我們是創造文化空間,讓臺中市民使用,所以我們創造的是人潮、參與人次,不是產值,產值是其次。(20130403O2)

嗯…還有一個問題就是說,我們部會往往是朝向各自,本位主義的想法,文化的文化部門就從文化來思考,內政的部門就從社會來思考,什麼部門就怎麼思考。(20130417P3)

我覺得政府當然是一定多鼓勵,但政策一旦決定了後,就決定了很多民間執行的方向…我認為臺中並沒有很努力在做文創,整個執行的方式都還不是文創的方式,可能這一年吧,開始會有什麼創意生活節、草悟道啊,可是就還是沒有這麼的落實吧!其實政策是非常重要的,那法令規範它其實要有一點彈性吧。(20130326P2)

承如以上受訪者所述,臺中文創園區之發展受文資局的影響甚鉅,文資局的政策 方向與執行,都在在影響園區未來的發展與委外經營廠商的經營策略,因此文資局經 營園區的想法成為左右園區發展的重要關鍵因素之一。

## 第二節 臺中文創園區政策之發展脈絡

本節冀望呈現,文創園區政策與臺中文創園區起始相關規劃之脈絡,並就園區的 規劃起源與定位模糊不清的問題做研究分析。

## 壹、臺中文創園區的規劃起源

呈現臺中文創園區政策規劃起源、脈絡與定位模糊問題。

## 一、臺中文創園區整體發展政策脈絡

臺中文創園區規劃起源於臺灣菸酒公司民營化,所繳回臺中酒廠經環境整備,運用閒置空間再利用的概念,規劃轉型為文創園區。但園區規劃的臺灣建築、設計與藝術展演中心的定位,似乎一開始比較著重於建築設計產業,當時也有許多大專院校建築或室內設計相關科系等進駐,當時認為臺中的建築產業前景不錯,再加上工藝設計產業具有潛力,而園區面積近六公頃,亦可做展示場之用,就定為臺灣建築。設計與藝術展演中心;整體而論,園區定位規劃一開始的目標定位不精確且分散,定位擁有過多目標,其中包含建築、設計、展演共三大項,令人感到園區目標模糊。

那時候剛好我們文建會中辦負責歷史建築的主管業務,想說那麼大的空間,有些就有建築的東西…那建築又談到一些設計…所以也把設計,剛好在文創裡面也是最基本的嘛!像工業局和臺創這一部分設計委外。然後我們想說,那麼大的空間將近六公頃,也要有一些展覽場,所以才會定位為臺灣建築、設計與藝術展演中心,才會有 TADA…五大園區的財產臺灣菸酒公司要民營化,但對他們要民營化資本額不能太大,太大會稀釋他們的一些獲利,就把這個財產還給國家,現在這個東西又有文創產業,那是不是五大園區交給文化部成立文創園區,這樣角度發展出來的。(20130403O2)

當時已經先確認臺中舊酒廠做文化創意園區,對園區的內容與定位是後來才討論的,其實當 初做定位臺中當時文建會也做了些研究…在中部可能是工藝類文創產業是很有潛力的,另外 對臺中而言可能是建築產業,把這些東西綜合做思考…最後把它定為成 TADA,把它偏在比 較建築方向。(20130311P1)

當初定位其實就是中部地區它建築、設計與藝術,包含國美館,會認為臺中它其實是多元的,會是說自由度比較大的地方。(20130326P2)

轉型它是必然的,主要是因為它以前是生產的地方馬,但它現在是停工的廠房,所以它不可能就是說再恢復到過去的生產活動(20130417P3)

整合以上受訪者認為,起初規劃為何會是 TADA,是認為臺中地區此類的文創產業具有前景與潛力優勢,當中考量包含了園區建物內部配置與區位條件等等,所統合出來的結果,所以當初規劃定位定調為臺灣建築·設計與藝術展演中心(TADA);但現已改名成臺中文創園區,不再沿用舊名臺灣建築·設計與藝術展演中心,現在整個園區重心也漸轉移到展演活動與辦公室功能。

## 二、臺中文創園區政策尚屬於過渡期

文資局人員也感到無奈,目前園區政策還算是個過渡期,認為先整備完成整個園區環境後,才會有比較明確性的政策規劃,從一開始的中部各校相關設計學系進駐,成立工作坊或是小型工作室,到後來目前現況以展演活動以及建物委外經營為主,整個過程呈現一個過渡性與滾動式的政策執行,而非漸進式朝向原先預定目標,一步一步來達成;換句話說,政府對臺中文創園區還是沒有仔細考慮,文創園區在文創產業發展的定位與功能,還停留在閒置空間再利用那個階段性任務,尚未考量園區未來之發展。

這預定的目標它是發展性,它是滾動式的,不是一個固定的…隨著發展,不一樣的型態不一樣的發展,過程當中它會達到這樣…每一年編列的預算,編的不是那麼充裕啊,這沒有辦法一次就完成的,所以就逐年編列這樣子,所以效果不是馬上可以看的出來,這需要時間來累積,是這樣子啊。(20130403O2)

不管是法令和政策都要隨人民和環境,隨一些想法而改變…會有陸續一直在轉換,叫做一種

滾動式的處理,而不是說一成不變,現在你不行做什麼,它原來政策訂了就是這樣,其實我 認為政府目前都是滾動式的作為。(20130329O1)

受訪者認為園區政策定位採滾動式方式,因園區為公辦公營常受到政府編列預算 所控制,易使巧婦難為無米之炊,園區政策變滾動式易受民意、經費或政治力的介 入,反而會失去成立文創園區之初衷,原定臺中文創園區先整備環境後再導入文創產 業活動,使園區成為文創產業的培育基地,並使文創氛圍影響週邊地區,形成文創聚 落帶動臺灣產業轉型,但現在以臺中文創園區的發展來看,這個願景需加倍努力。

## 貳、臺中文創園區發展定位

針對園區發展定位與營運模式的批判。

## 一、園區發展已偏離原有定位

目前臺中文創園區的定位與營運模式,園區內部的管理政策是多頭馬車,以前舊有的臺灣建築、設計與藝術展演中心定位,後來名稱已改成臺中文化創意產業園區後,當初 TADA 的定位目標已漸令人淡忘,園區管理是公辦公營,園區定位與主要發展的方向,文資局還是必須要遵從文化部的規劃機制,目前整體而言改名為產業園區後,文化創意產業能量沒有顯著的提昇,園區亦沒有找出主力文創產業進駐與發展。

一般而言我們叫 TADA 是我們習慣,因為也比較好念,事實上內容已經跟原始的定位已經有滿大的不同…目前只能稱為一個文化創意的展演空間,現在還沒有辦法做到文化創意產業的一個園區…TADA 原來這個,應該已經完完全全不能呼應在建築和設計這部份…我認為它目前是臺中一個不錯的展演空間,然後它會辦活動,民眾或是附近的民眾,也都是開始認識或瞭解,有一個這樣的場所。(20130311P1)

TADA 這個定位它應該想要做什麼,因為他現在就是辦公,跟展覽為主嘛,那這個辦公跟展

覽為主,事實上辦公就辦它的,然後展覽就是進來,看完就走了…要看它的定位是什麼,我 覺得也不能太貪心,要知道你到底要做什麼,你到底要扶植哪一個產業,你要先定位清楚, 因為不可能什麼都做嘛!(20130326P2)

但我現在看到臺中文創園區這個鏈,其實還沒有很鮮明的形成,它沒有很鮮明的形成大概有兩個,第一個,他起來的太快了,就突然間這麼多人來了,起來太快;第二個呢,就是說它目前還沒有定調很清楚,就是很鮮明對消費,我一直講說我像個產供部門,我看不出來你的定位到底是哪個方向。(20130422C2)

那目前是還滿不明顯的,因為他的整個定位是滿不明顯的。(20130311P1)

我覺得還是它自己的定位啦,不然 TADA 就只是個藝文展覽空間而已,就沒有什麼了不起的地方…它的定位部份就會考慮自己本身的需求,著重辦公跟它自己本身的展覽,可是它沒有要強化他自己的區位裡面,領導成為一個文化藝術氛圍的環境那種感覺,當然這可能不一定會強求的起來,可是好像沒有做那樣的考慮就是了。(20130326P2)

可是說實在我對臺中文化創意園區來講,我到目前為止,它是模糊的,它並沒有說我這個園區,我要發展成什麼樣的文化創意園區,而有特定的規劃,我覺得它是模糊的…我覺得它應該要,有所目標或者是規劃,說你要這園區變成怎麼樣子。(20130407C1)

關鍵還是在於是誰哪個機構,替這個地方設計願景吧!設計大方向,設計長遠的目標吧!但是現在有什麼做法是適合它這個長遠的目標的,然後我們再來看應該要採用哪一種方式吧!那你說私人企業、公益團體、政府直營,這些都是選項之一,那要看你目標到底在什麼地方。(20130417P3)

綜合以上受訪者認為園區沒有依原有定位確實執行,進而導致後續園區的經營管理開始出現鬆動,其實只是園區有閒置的空間就委外出去,只要有符合文化創意概念的公司或展覽,一律可進園區,而非有整體規劃脈絡依定位主軸來做園區規劃。整體而言,園區只能算是一個好的展演空間,而非具有產值或培育文創產業園區,在園區

定位政策方面,應師法英國雪菲爾文化產業園區政策,將園區明確定位且實際執行。 二、臺中文創園區願景過大

臺灣建築·設計與藝術展演中心(TADA),由名稱就可知道想發展成為臺灣的建築·設計與藝術展演三大方向,目標願景相當大,但目前園區若想發展到具有全國性的規模,目前還是有相當大的瓶頸。目前有關單位的規劃報告書,都將園區納入全國級的願景規劃中,譬如說全臺工藝創意設計中心,但在廠商與專家學者的眼裡,園區定此目標可能願景過於大,因為消費人口與消費能力的問題,限制的園區的發展,要突破這個天花板著實不容易。

我覺得它不要想做這麼大,他只要把地方的東西弄好就好…其實我覺得臺中真的不要搞多, 他就是要搞精就好了…血肉果汁機他就是很典型的臺中樂團,可是最後到臺北去發展,這就 是臺中的宿命,這是我必須要講的,臺中的宿命,所以他真的不要做第一啦,真的!…這些 發展出來的樂團,因為一旦成熟了,臺中市場就不能滿足他了,他勢必要跨到臺北去,到臺 北去發展了。(20130407C1)

那再過來就是說,我們文創法所規定的,整個產業的類別是很多的,可是你有沒有去想過說,這些類別適合一個創意文化產業園區的部分是哪些,因為文創產業大部分都是跟媒體相關的產業,可是那些產業是一個小小文創園區可以玩得起來的嗎?(20130417P3)

#### 三、臺中文創園區未扮演好領航者角色

臺中文創園區目前沒有扮演一個良好的火車頭角色,在園區行銷部份與統合廠商活動也沒有做個整合,讓廠商之間各自為政,目前只有在園區大門前,有一個月一次的廣告宣傳看板、印製文宣與網路社群宣傳,或是早期一個月一次的會議,看各廠商有無營運上的需求或是需要園區改善與幫助的地方。

本來期望它是火車頭,但其實沒有跟臺中市文化局有太多的整合吧!本來覺得它要扮演龍頭

的角色,但是這個龍頭可能又太侷限在他自己的辦公區和辦展覽,就會變成是龍頭好像不是應該只有這樣,龍頭不是辦一些展覽,自然就會變成龍頭,應該要有更大的企圖心。 (20130326P2)

我們這麼多的企業為什麼要串連起來了,因為沒有人來牽頭,但是我們又不是主事者,如果因為今天文創園區是把這個讓我經營的話,那我就會去串連了。(20130422C2)

頂多我看園區一個月才做一次,前面一個大的看板說,這個月有什麼活動,誰誰誰有什麼活動…他讓我們自己放牛吃草。(20130407C1)

目前初期有,後來發現有點少,他們認為說因為把祥瀧、把臺創跟我們,每個月有一個例行的會議,來開會看我們有沒有什麼樣的需求…我說第一個我們資源上還有就是說行銷上,怎麼樣熱絡園區人氣,其實是園區應該要盡的心力,而不是只有我嘛…反正現在局裡面就認為說你自己辦好了,你自己辦好了,現在開始不用報備我們。(20130407C1)

那當然我們更希望說未來的整個臺中文創園區,它可以扮演更前衛的一個角色,它不只是一個文創園區空間的提供者,我想除了空間提供者,我想它可以扮演的更多。(20130422C2)

其實我們也很清楚這是一個公部門的場域,我們對有些規則是遵守的,第一個營業時間,我們是遵守的,如果今天碰到去年的跨年,我們的確會跨到一點到兩點,那我們有事先報備,我們會報備,所以嗯…我們經營的問題,我們違反了,我們原先承諾的部分,我們大部分就是要報備…我說這園區都是暗的欸,他就說你那棟亮就好了,你們自己亮就好了嘛,可是第一個我自己往那走是不是要亮燈,現在我們戶外整棟的燈打亮,是我自己做的欸,是我自己做的欸,對不對。可是現在就是說,我現在這樣講說,與其我對園區做很多要求,我倒不如把自己的東西發展起來。(20130407C1)

統合以上受訪者認為,臺中文創園區的活絡人氣與行銷,應由園區管理者文資局 主政,雖說文資局專業與業務不在這部份,但園區還是文資局主政管理的一天,就應 該還是要由文資局來處理園區的活絡人氣與行銷的事宜;如果要由廠商全權來自行處 理,那就和華山 1914 委外沒有太大的差別,那園區就已無公辦公營的精神,且廠商有特殊狀況還是必須報備給局內來做決定或許可,多了一層科層制度(Bureaucracy)關係,效率自然會差了點。



## 第三節 臺中文創園區發展之條件與限制

根據受訪者訪談記錄做臺中文創園區整體的發展條件與限制剖析,本節呈現研究者所發現園區的內部優劣勢與外部機會威脅。

## 壹、臺中文創園區發展之優勢

針對臺中文創園區內部利用文字稿統整分析,呈現園區內部的優勢。

## 一、臺中文創園區整建經費多

園區是中央單位文化部文資局,是全臺五大園區唯一做公辦公營的,也因為五大園區為首的華山 1914,因首都效應掌握了文創環境整備整體經費的百分之八十左右,而臺中園區部分掌握了百分之十,剩下百分之十分給臺南、嘉義與花蓮園區,臺中園區是文創環境整備整體經費第二多的,且園區已快整備完畢,另外臺南、嘉義與花蓮園區才正要起步。

優勢就是中央單位他錢會比較多,可以做比較多,可以掌握的事情比較多。(20130326P2)

但就我剛才講這個園區空間文化資源,我們投入的中央文化資源,跟地方政府都不是喔!包括土地和辦公室活動,都是中央的經費。(20130403O2)

因為我們的五大園區裡面,差不多有百分之八十經費在整備裡面,文化部經費百分八十都投在華山,第二多的差不多百分之十是臺中園區,剩下的百分之十,分給剩下的三個園區,你知道嘛,所以那三個現在還在剛開始發展而已,剛要起步而已。(20130403O2)

它是一個在臺灣的整個文創園區,眾多文創園區裡面,算是最快。應該是說整個的能量啊、 參觀人潮啊、還有整個文創園區的一個口碑,它算是幾個臺灣幾個文創園區裡面,算是起來 最快的。(20130422C2)

臺灣有五大創意園區,那我知道的華山已經努力了快十年了,我看到華山應該已經是慢慢成 形,那我認為臺中應該是五大園區裡面的,第二個發展的重點,其他比如說花蓮我也看過, 嘉義我也看過,臺南我覺得應該講,資源要挹注到那邊太慢了。(20130407C1)

據受訪者表示園內所有環境整備與經營管理都是中央資源的投入,而不是地 方資源,中央單位資源與經費的深度,的確會比地方資源來的多,由中央直接所 管轄的優勢,的確發展的速度比其他園區來的快。

#### 二、臺中文創園區由中央單位進駐園區

臺中文創園區內部優勢之一,就是由文化部中央單位的一級機關文化資產局 直接經營管理園區,不管是文化行政人才或是園區舉辦的活動,都可以用中央單 位的格局與優勢來經營園區,對園區來說由中央單位直接進駐園區,不管是經費 整備環境或對中央與地方政府各級單位都相當具有行政上之優勢,受訪者 O4 表示 若當時園區不是中央單位接手,園區修復的期程絕對會拉長。

我們部裡頭把這個園區,因為我們就地文資局在這裡,所以就是由我們的人幫忙經營。 (2013032901)

因為五大園區唯有我們是公辦公營的,是我們文資局自己在這裡經營管理…我們本來是屬於 文資局的,也就主管全臺灣有形跟無形的東西,那我們希望給一些傳統藝術的東西。 (2013040301)

我們投入的中央文化資源…包括土地和辦公室活動,都是中央的經費。(20130403O2)

就中央機關來講經費上也比較充裕,如果當年不是交給文化部文資局,是交給地方政府的 話,修復的期程絕對會拉長…因為地方的財政絕對不如中央,因為每棟歷史建築修復起來都 非常大,要讓地方政府來負擔,短期間來講真的有困難。(2013072204)

## 貳、臺中文創園區發展之劣勢

呈現園區內部劣勢,並冀望利用手法能夠扭轉該發展限制。

#### 一、臺中文創園區綠化與動線規劃不佳

目前園區已比剛開始文資局進駐時,綠化已改善許多,園區內規劃有大量草皮與 廣場開放性,目前已達到園區符合的需求,但尚缺少大型樹木遮蔭,天氣較熱或太陽 較大時,若有活動與人潮一多,對園區凝聚人潮會是一個很大的限制。

在園區動線方面因建物登錄歷史建築,無法做太大的變動,因此對於園區內主動線,需詳加規劃或做指標導覽,不然人潮從復興路大門進來,就一路走到合作街的出口出去,未在園區逗留較多的時間,時為可惜。

樹啦,然後我們會受限於它原來的規模,園區這麼大就這麼大,還有路線,你也不能說這棟 房子把他敲掉,因為這裡空間要用…然後就是原本的綠化比較不足,還有一些基礎設施會比 較沒有。(2013032901)

很多的主動線,是來自於這條藝術大道,然後跟合作街,愛國路進來的那條路,其實很多人從兩邊就走了,就不會到我那邊去。(20130407C1)

這種東西很重要的是園區的動線,動線啦景觀啦,裡面人的動線跟參觀的動線,還有裡面自己工作人員的動線和車行的動線…比較急迫的就是,目前在它週遭的那些違建攤販,最好能夠整頓…以後裡面綠化,也要增加,不然裡面夏天很熱,植栽綠化要再加強。(2013042203)

環境空間的美化,是一種親善的服務空間,水啦、街道傢俱啦、樹蔭啦,這些都要很符合一個空間啦,只有要感到細膩精緻的空間,我們希望未來朝向這個方向。(20130403O2)

園區前身為酒廠,許多建物為工廠建築,照明與盥洗室等基礎設施皆不足,因此環境整備被園區列為首要目標,目前都已陸續整建完畢;另外冀望園區再選取幾處可種植大樹的地方增加綠蔭的外部效果,以減少遊客至園內參觀過於炎熱之問題。

#### 二、臺中文創園區人力與經費不足

文資局除了辦自身的業務外,還需額外派人力與增聘約聘僱的人員,來協助園區 的經營管理,且目前園區舉辦的活動越來越多,也越來越盛大,所需人力與經費需求 也漸增,在經費漸吃緊的情況,再加上文資局專業,並非辦活動或是文創產業培育、協助產業發展,在人力、專業領域與經費的三重困境下,也就出現部分質疑聲浪,認為文資局經營園區應還有努力空間與格局。

五大園區我們給經費和人力上,我們都還要人去兼臺中文創園區,我們部裡頭把這個園區, 因為我們就地馬文資局在這裡,所以就是由我們的人幫忙經營,人力跟經費其實是不足的, 所以我們就慢慢的逐步的把它做起來。(20130329O1)

有徵選了一些派遣人力,但是那還是很不足夠…那但是說最主要的,還是因為它還沒有整修好,那你說現在很多人進來,可能也會有點困難,如果現在增加太多人力也是不行,要完全等到它整修好,看那時候該怎麼處理再來檢討,現在是還好喇!但是人力和經費是很辛苦,這樣子。(2013032901)

因為我們現在經營狀況還好啦,我們沒有專屬的,只有文資局的人喔,其他人都是臨時的喔。(20130403O2)

我們比較怕政府預算,一直編列不足啦,要長期來編列啦,因為這個東西是公辦公營,需要政府預算來支應喇,因為我們收的錢也不能自己用要交給國庫,收入歸收入支出歸支出,不能夠 Cover,我們一直希望能夠 Cover,這個東西我們還不能突破。(20130403O2)

因為政府這幾年真的比較拮据,我們整個經費被砍很多,每一年都減的,每一年都減百分之二十,百分之二十。(20130329O1)

綜上所述,在臺中文創園區尚未環境整修完全整備以前,人力和經費的問題可能 暫時還無法得到一個完善的解決方案或是構想,且文資局業務與園區業務,這整體來 說對文資局會是一個人力與經費吃緊的局面產生,可能會產生雙環困境(catch-22 situation),讓園區活動與文資局業務,對雙邊而言則是一個負面的效果。

## 三、臺中文創園區委外經營模式多頭馬車

園區共有四個委外單位,皆為不同的委外原則,園區目前有三個委外型態,分別是逕予出租(臺創設計·點、臺酒酒文化館)、公開標租(御東風 TADA 方舟)、促參法 OT (祥瀧),只有臺酒是 2013 年正式營運,其於都在 2012 年正式營運,這四家委外廠商都算是摸索期而已,經營一兩年左右,但已出現角色模糊的感覺出現,進駐營太過多,所對應的法規不同,整合上困難與限制不少,沒有一個統合機制來將這些委外廠商做個整合,會讓廠商覺得自己做自己的,園區沒有扮演領航者的角色,帶領這些廠商做點什麼。

我現在會有那種感覺就是,反正你們就自己去做,其實跟 BOT 有什麼不一樣,你有沒有這樣的感覺,這跟 BOT 有什麼不一樣,我是租的,我是標租案,可是園區裡面有不同的進駐型態,臺創是一個,祥瀧是一個,這會讓我們覺得我們搞不清楚是什麼角色,到底差異在哪裡我並不清楚。(20130407C1)

所以說感覺就是說有點類似至少我們民間,我們自己做我們的…我們這麼多的企業為什麼要 串連起來了,因為沒有人來牽頭,但是我們又不是主事者,如果因為今天文創園區是把這個 讓我經營的話,那我就會去串連了。(20130422C2)

綜上受訪者所述,園區內部廠商(祥瀧、臺創、御東風、臺酒),基本上營運管理 是各自為政,沒有一個機制或平臺,提供園區內包含文資局與廠商,多方資訊與意見 交流的溝通機制,園區內部自己都沒有完善的統合,更何況說到要與週遭地區做創意 氛圍的結合,共同發展文創產業與促進地方經濟發展,諸如此類的大目標與理想。

## 參、臺中文創園區發展之機會

整理訪談資料並呈現出,園區未來發展可利用的機會。

#### 一、學校與工作坊曾進駐臺中文創園區

臺中文創園區早期有藝術家進駐的政策脈絡,當時是園區的過渡期,因園區當時環境整備、經營管理以及吸引人潮,尚未有個完善規劃,就請中部學校設計相關科系進駐來活絡園區,但實行數年後因當時政策轉向,朝向辦公與展演為主,所以就不再空間提供學校或工作坊的進駐。受訪者回憶著說,當時只要到園區來參訪的國內外團體、官員等,文資局人員都會特地帶這這些訪客,至駐點處參觀交流,顯示當時學校相關科系與工作坊進駐計畫,被認為是一個很有成就且成效不錯的政策。

我們進駐那三年的時候,他們只要有外賓來的時候,其實就會帶到我們工作室,那表示說, 這其實是一個,應該是一個被關注的方式,不然就不會把參觀 TADA 的人,都帶到工作室來 參觀,所以某一方面來講,我們也就那個動物園裡面的猴子,不過也就是有那樣子,也才會 有空間可以用,對我們來講那才是重要的,那其實是一種互利互惠的方式。(20130326P2)

但是因為他們後來政策有改變,覺得他們自己的辦公區,就已經不夠用了,那就不用去考慮 到藝術家進駐的這一部分,所以我們就等於被移除這樣,哈哈哈。(20130326P2)

當時我們很感謝那些學校來,因為那時候我們這個園區,還沒有很活絡的時候,其實不多人來,那時候學校來利用我們的空間覺得也是很好…那我們希望可以走向引領的方式,所以我們會稍微提一點。(2013032901)

研究者認為臺北都市更新處的 URS 也是類似概念,由公家提供空間給藝術家進駐,看是用低租金或免租金等方式,讓藝術家或文創公司來駐點,但附加條件之一是必須提供導覽或解說給外賓、長官,甚至是學校組織等,政府已提供相對優惠給廠商進駐使用,相對的也必須提供導覽或解說等等的服務,兩者應互利互惠。受訪者 O1 表示未來園區有更高的願景,希望吸引大中部地區的藝術家或工作坊等等,進駐有別於過去是學校工作坊的政策,所以園區未來發展方向,文資局是扮演一個相當重要的角色。

## 肆、園區發展之威脅

整理分析受訪者的文字稿,來呈現園區所面臨之外部威脅。

### 一、臺中地區人口與消費能量不足

臺灣相關文創園區相當多,而臺中地區就包括了20號倉庫、文英館、市役所、忠信市場、東勢客家文化園區與東勢林業文化園區等等,因此臺中文創園區面臨了許多挑戰,這些類似的藝文展演空間,可能會分散藝文能量。受訪者表示臺中創意能量還不夠撐起這麼多的藝文空間,園區威脅包含了未來成長能量與藝術氛圍不足等,臺中面臨創意消費人口與能量不足的問題。

我覺得臺中市人口已經夠少了,然後它根本沒有辦像臺北一樣…因為臺北有這麼多的人口,那我發現臺中它的資源比例很差又很少了…我想說的是臺中市政府它什麼都想做,可是它每個案子的預算都很少,你預算分配下去就做不成樣子,做半吊子,你幹嘛一下子要衝這麼大。(20130407C1)

事實上這種文化創意園區不是只有文建會下面而已,很多部會它都在推創意文化園區,林務局有林務局的林業文化園區,那這個臺灣菸酒公司也有推它自己的,相關的一些園區,那很多的不同這種,臺糖他要推它的文化園區,就是甚至於內政部的宗教司也在推,宗教的文化創意產業,那你就可以想像就是說,這突然之間變得好像是一種顯學…再過來這些空間到底它的,我們現在到底有多少創意能量去豐富這些空間。(20130417P3)

研究者認為各部會單位再推動文化(創)園區甚至是藝術村時,應有個統合的協調機制,過多的所謂藝文空間,是會稀釋藝文能量的聚集,使得設立藝文空間的邊際效應(Marginal Effect)越來越低;突然最近十年之間,這類型的創意藝文空間變成顯學,到處有文化(創)園區與藝術村,這些閒置空間再利用活化手法的藝文空間,甚至可能陷入再閒置的情況,也許我們需要更高的格局來探討文化(創)園區與藝術村

設置的問題。

### 二、臺中文創園區週邊失落過久

園區所在地位於臺中市舊市區的南區,園區鄰近地區發展已漸漸沒落,屬於臺中市相對商樣強度與聚集人氣的實力是相對落後的,面對草悟道、新市政中心、水湳經貿園區等,不管是現在或未來的都市發展,以上三者都會是臺中市發展的重心之一,所在地分別位於臺中市西屯區與西區,都是目前臺中市的發展重心,反觀不管是臺中酒廠時期或轉型後的臺中文創園區,臺中南區這個場域已經沒落數十年之久,未來需投入更多建設與規劃資源來活絡此區域,以此減少園區發展之外部威脅。

這裡沒有聲音太久了三十幾年了,已經沒落這麼久了,那現在誰要來弄這件事情,會讓我感覺很混淆。(20130407C1)

都市發展上站了很重要,十幾年進來以後,你會知道這南區發展會比較慢,南區針對其它地區,它有鐵軌的阻隔。(20130403O2)

#### 三、臺中文創園區與週邊環境互動性不高

目前園區和週邊環境互動,漸漸注重於園區轉型為開放空間,可使民眾一目瞭然的,就可以直接知道園區在辦什麼活動;而不是像以往酒廠生產的方式,利用圍牆阻隔一般閒雜人等,採取較封閉的模式,然臺中文創園區卻打破以往這種概念,主動利用開放空間的方式,亦歡迎只是路過或是休閒散步的民眾,企圖打造另類位於後火車站的開放藝文休閒綠帶。

另外敦親睦鄰方式,透過園區辦活動所需的材料或者式飲食方面,都透過園區旁的第三市場(民意街觀光市場)來供應,園區利用內部的活動來,促進週邊地方的經濟,不過不是屬於文創方式的創意經濟互動,而比較是民生所需的日常飲食部份,甚至可以考慮週邊土地使用分區的變更,導入商業活動等,如:增加綠帶開放空間的串連,或是住宅區、商業區的容許使用項目放寬,更可提高容積率或實施獎勵措施,使

該地區加速發展。

問題是當 TADA 他在那裡,其實是沒有改變週遭多少的發展,所以就會變成是,週遭的環境或是區位,很直接性和週邊的互動可能就沒有…事實上都只是停留在這個園區裡面,是不會跟週邊有產生什麼互動的。(20130326P2)

就是一個 TADA,它旁邊都不會形成,有可能是它本身的強度是不夠的,所以旁邊可能沒有辦法形成這樣的氛圍,所以就會變成說當人進去,只是去走一走,走完就走了,那就會變成它跟週圍的互動,好像是會比較少。(20130326P2)

我們一來就敦親睦鄰啊,剛開始進來的時候我們最早進來的,我們就邀請市場的里民來參加,譬如說我們請他們來外燴,因為市場嘛,買冰啦、買便當啦…後來我們有一些場地,他們辦喪喜事他們要用,我們的停車場都給他們用啊!(20130403O2)

因園區就僅有六公頃,園區建物空間而額滿時,若不變更週邊土地使用,增加容許使用項目,週邊地區無法開設相關的文創精品店或是工作坊等等,如此一來園區則無法將創意氛圍延伸至週邊地區。此外仍需加強文創性質的與週邊互動,首要先將園區內部織理出特有創意氛圍,因此園區應發揮產業群聚的概念,利用園區為起點,漸漸將此氛圍傳達出去。

## 第四節 臺中文創園區發展之困難與改善

針對本研究臺中文創園區訪談之內容,找出園區的營運瓶頸並提出改善之道。

## 壹、主要的營運困難

針對受訪內容整理出,哪些是園區內部在營運上的困難與問題。

### 一、臺中文創園區歷史建物使用限制太多

園區內不少建物登錄為歷史建築,營運歷史建物營運成本與法規限制高,只用因應計畫做為使用歷史建物的法規依據。園區未在委外簽合約時或招租內容,表示清楚相關規定與困難之處,徒增廠商成本與內容,未來評選廠商事先訂下有相關經營管理的廠商優先獲得營運的資格,應可避免類似問題再度發生。

使用執照是來自於一個叫因應計畫,我怎麼會聽得懂呢!…沒有幾個建築師,包括臺中,沒 有幾個建築師真正懂因應計畫,如果今天說你知道政府這是一步很難的過程,一條很難走的 路,你應該先告訴我們…所以第一個,你要讓你的業者知道,你的難處在哪裡。

(20130407C1)

我並不知道進來的門檻有多高,可是我就傻呼呼的進來了,那進來的門檻,我們認為說,不 就取得一個空間…其實政府沒有一個單位可以輔導說,你對一個民間單位要投入下來,你會 面臨哪些專業的問題,而這些專業不是我們民間應該要解決的問題。(20130407C1)

我在申請的是一張臺灣有史以來沒有拿過的使用執照,是因應計畫裡面的餐廳再加上展演空間…所以我們光摸索這件事情,找了建築師,我找了三個以上,然後有些人談到最後都不想做了,然後我們撞牆期大概是應該有摸索半年到八個月以上…可是我們意思是說,如果政府有這種單位,早就知道這種事情,應該讓我們先清楚,所以這就是我在法規上碰到的困難。 (20130407C1)

文化資產保存,他有一個先天的限制就是說…指定下去之後,會比較是讓他凍結在某一個時

段、時光當中…可以做其他操作的可行性就比較低。(20130417P3)

廠商在經營該建物的撞牆期有半年至八個月左右,對園區來講也是損失,廠商尚未開始營運,一開始即有已有相當的沉澱成本(Sunk Cost);第一個施工過久,相關活動與行銷措施,無法及時配合與搭配;第二個廠商營運前期都需高成本的投入,若未來廠商無意願繼續續約或來標租,亦可能淪為再閒置空間(re-discard),另外為了符合高規格的歷史建物因應計畫,各項消防設備等等,增加廠商的營運成本,此外過多的工程施工對歷史建物也未必是好事。

### 二、臺中文創園區未有長駐性場館

臺中文創園區還是得要有個長駐性的經營團隊與主題性活動,目前園區只有 A+創意季或創意生活節,這兩類算是屬於園區活動的年度大事,而這類活動是由招標性的給委外廠商做活動行銷與經營,也許未來園區需要一個長期經營的團隊來管理這樣的活動,來增加園區活動的一致性與穩定性。

另外園區所要扮演的,是必須先找出主題性的活動或產業長駐於園區之中,先做到專精再求壯大,原本期待園區會是臺中文創產業的領航者、火車頭,帶動文創經濟發展與培育場所,但以現在園區的活動型態與經營模式恐難達成,因為僅做些展覽性的活動,園區經營管理應該要有更積極的作為,很多人對園區抱有很大的希望與期待,但檢視數年來園區的活動與功能,的確應要有更積極作為。

可是因為 TADA 有個滿大的問題或缺點,他沒有一個長駐的一個營運管理團隊,沒有一個長駐的活動或是一個商業的行為在裡面。(20130311P1)

通常就是文化創意產業園區吼,它的經營管理通常,以在國外非常多的這種經驗裡面…然後有一個長駐的場館,然後在那個地方成立整個園區裡面的一個主題館,那 TADA 目前沒有這樣的園區主題館,沒有一個具吸引力的去長期經營園區的主題館。(20130311P1)

或是這個園區是不是要找到更多元的,如果比起來華山同時間,可能一個月裡有二十個事情

發生,二十件的 Event,可是這邊只有四、五件,你會覺得說這元素太少。( 20130407C1 )

整理受訪者資料發現,認為園區活動事件元素太少,無法帶動多元的人潮進入,園區可能僅著重於展覽或音樂性活動,未具有長期性且具知名度的常設展,未來園區可以設一個主題館來做為長期固定,吸引人群前往的園區的基本客群,以維持園區的穩定成長與基本營運所需,未來園區應增加符合園區定位之活動場次,吸引多元人潮前往園區。

#### 三、臺中文創園區東、南側圍牆尚無法打通

園區東、南側圍牆尚無法打通,雖造成臺中文創園區規劃與空間規劃的不方便, 園區為公共開放空間,受訪者 O3 認為還是必須要將圍牆給予拆除,園區臨第三市場圍牆尚未拆除,對園區來說會影響到汽車出入,也許未來圍牆和攤販環境改善後,可使園區開闊程度增高,園區景觀與環境將會更良善。

那些目前有做了攤販,原來就有在那邊使用,所以那一部分就是說你假如,在那邊沒有辦法 有那個出入口,那麼在裡面有一些想要做為汽車停車位的部分,因為那邊沒有辦法打通,已 經協調過好多幾次了,那些攤販不願意搬走,所以就影響到那邊汽車的出入。(2013042203)

第三市場的攤販都依靠著我們的圍牆,所以都發單位也不敢叫我們拆,依都市計畫的規定是要,三年後要拆,但我說好啊,你們要拆市政府就要先幫我驅逐那些攤販,所以原則上那部分我們就不會拆了,只有拆前面這一部分是這樣子。(20130403O2)

包括圍牆拆掉也是一個很大的改變,就是會跟週圍的環境互動會比較多。( 20130326P2 )

整個圍牆打掉,你就會覺得整個園區的開放度,還有那個空曠度,還有就是跟民眾結合的差很多,氛圍都差很多…這是開放空間,你要用歡迎的態度,歡迎大家進來的心理。 (20130329O1)

受訪者認為臨臺中市第三市場圍牆部分仍需加強與攤販之間的溝通,打通並整備

完善後對攤販來說,也會有比較大的空間彈性可使用,因目前攤販大多都為鐵皮加蓋,沿民意街與信義街擺設,總攤販數逾百家,該地區攤販營業空間壅擠且影響道路人行與車行,但第三市場已成為在地居民日常生活依賴之重心,日後處理搬遷相關事宜需特別努力;而圍牆外側的整頓必須透過府際關係的溝通,將環境、交通整備完成,以利園區車輛交通出入方便,俾利園區發展,不必使車輛穿越園區前側門行至園區後側停車場。

## 貳、改善策略

呈現研究者於訪談過程中,受訪者對臺中文創園區發展策略之改善建議,針對園區內部動線、週邊土地使用強度提高、串連週邊景點以及園區營運模式等等給予發展策略之建議。

### 一、改善臺中文創園區內動線問題

臺中文創園區可以考慮,在園區內興建新建物,或是去除一些對園區動線造成妨礙或者是對園區來說沒有實質幫助的建築,因園區前身是做為製酒的廠房,它的動線與建物配置,只考慮到原料與成品的配送動線,與現在轉型為文創園區,主要考量動線為參觀者來比,兩者差異極大;因此園區若以調整動線,這個政策是可以被考量的。

酒廠這些的舊廠房這些,是不是有代表性的吼,可以保留幾個…我認為是為了園區的需要,是不是可以有一些的彈性的選擇,有些地方可以解除的,我想應該也是可以解除,應該是對於整個再考慮看。假如說照現在目前建築物的配置,對它的發展還可以,那當然就是保留了,假如說對將來的發展是有阻礙的,是可以考慮一些啦,放寬把這些可以再做一些合理的整體配置,然後有些不需要的拆掉,也可以加一些新的建築物到裡面去。(20130422O3)

譬如以德國來說…為了他要能夠做這樣的事情,他把它解除掉原來是古蹟的位置…解除掉它

古蹟的位置,然後做一個比較大的調整。(20130417P3)

整個園區內部建物,登錄為歷史建築的有十六棟,因此園區在先天的規劃配置已有相當的限制,受訪者 O3 認為若建物太過密集有妨礙園區之發展,建議園區可以拆除部分非登錄歷史建物;德國舊礦區有個案例,礦區內建築物為了改建與定位需要等等,將古蹟保護取消,也許這個做法可以提供給臺中文創園區做參考。

### 二、與週邊藝文景點做聯結

園區應先從所在地南區做為起點,園區內部統合完整後,再以輻射狀方式擴大至 週邊地區,先以園區內與週邊地區為主的型態發展,日後若有機會才進而發展到影響 大臺中地區甚至到中彰投地區。

另外舊州廳與臺中文創園區可以做聯合開發或行銷,因兩地距離相近且性質可互補,成立文創街道使人潮在兩節點之間串連成為線性發展,未來再連結到草悟道、臺中公共資訊圖書館以及臺中火車站新站等等,先由點的發展延伸到線性發展,再過渡到帶狀發展,由近至遠、由小到大。

像我剛開會碰到資訊圖書館啊,他們人潮很都多嘛,我們想說未來是不是用接駁車來送,這整個區域群聚中心我們也有考慮到,未來是可以整體發展這部份,事實上文化空間很多啊, 美術館包括可以延伸到這裡來阿,延伸到霧峰交響樂團,這些契合都要靠臺中市政府喇,現 在因為二十號倉庫那臺中火車站要整建嘛,那裡未來也是藝文空間嘛,未來我覺得都是好 處,都可以結合啦,我覺得未來我們是可以合作做結合的。(20130403O2)

TADA 它必須扮演一個文化流域很重要的一個節點,那也就是說在這個文化流域上面,將來有沒有一種可能是可以透過一個很好的步行或自行車或公共運輸一個很好的這個方式,然後來做這個適當活動的這個串連,然後這個活動就不會只是在一個單一的點上,而是在這個線性的活動之上面去做一個整體的發生,所以這個時候也需要這個臺中市政府跟文資局有更多,這些發展上面的配合來做。(20130311P1)

(20130311P1)

我覺得州廳它這個地方…沒有辦法像 TADA 這麼樣的可以去做比較大型的…所以我覺得如果可以適當的導入某些部分,讓人潮在兩個點之間可以做某些流動的話,然後我認為將來它們兩個之間,應該是合作大於競爭,因為兩邊的特質並沒有非常的類似,甚至於都不排斥兩邊的經營在商業部分的那個經營者,甚至是可以合作甚至是同一個廠商去進行的,所以這個也是一個在營運管理上面的可能性。(20130311P1)

那除了這裡以外,這邊是一個舊市區嘛,這條是市府路,三民路和平等街,將來考慮有沒有一條街,譬如說是中間的平等街,就給它做一些,原來的這些建築物比較有價值可以保留的,那種建築物吼,或者是和文化有關係的,那就沿街把它整建起來,變成一條路通道文化道路,一直過去到那邊是臺中公園,大概臺中市現在有這種構想。(20130422O3)

看能不能夠比較近的能夠到的環境,看有沒有什麼產業,可以讓他們順路參觀…很多人看完就走,不然留在臺中住一天,這變成就要搭配,來這裡旅遊就要搭配…變成要搭配半日遊或一日遊,再來就搭配這區以外,別的地方看還有沒有可以參觀的地方,再來下去形成。 (2013042203)

然後透過一些這個線性的串連,包括綠川或者這個柳川,然後透過適當的這些公共藝術,乃 至於跨區的這些活動的合作,讓這個活動發生在這幾個不同的點,可是互相之間又是有相關 連的話,那麼這個整個文化創意的一個都市更新的機會它才夠去達到它的目標。

還有一個問題是我們現在所謂的,創意產業園區它有沒有跟在地的創意的力量做聯結,你沒有一個在地性的力量,做串連的時候呢!那你只是空投一些人力,這個 Program 這個計畫結束,就鳥獸散這一直循環,惡性循環,它沒有在地性的這種,創意的力量進來(20130417P3)

各地區有各地區的特色,要有各地區的特色,不要特色都是一樣的,變得展示和裡面的一些 文創內容,最好重複不多,最好個別有特色,每個地方你去了,也可以能夠互相宣傳。 (2013042203) 綜合以上受訪者看法,臺中文創園區應具有在地化特色,並各景點之間可以互相宣傳且各具特色,另外受訪者 O3 表示,舊州廳也打算作文創步道延伸到臺中公園,未來可以此方法可以將文創氛圍做大,因此臺中文創園區附近的規劃可以比照規劃辦理,景點串連還是必須要文資局和臺中市政府做溝通協調,故雙方應盡速成立溝通管道。

### 三、增加臺中文創園區週邊土地使用強度

園區週邊土地使用強度可以提高,調整計畫道路、住宅與商業區,並增加園道等等,提高建蔽、容積率都是可以運用的手段與方法,甚至利用整體計畫區的都市設計、都市更新來做文化創意景觀上的一致性與連結,讓這個區域可以將整個文化創意 氛圍展示出來,形成一種區域型的文創街區風格自行性。

對於園區週遭將來的土地使用,土地使用是不是說…用稅捐的處理打折啦這些,或土地使用容積這些,或者原來規定的使用用途,並不一定符合 TADA 這邊的需要,可以研究這邊的用途,看要不要變更,要不要加一些的管制或放寬。(20130422O3)

所以當時呢!有一個想法在規劃上有個想法在復興路的這一側,應該是可以提供比較多的樓 地板容積率去重新利用建造,商業樓地板面積…讓它可以一路從這個部份,一直到臺中火車 站的部份,來做一個商業聯結。(20130311P1)

將來遭週的建築物吼,他的都市景觀也有一些,能夠有一些這個文化創意這種意象出來,能 夠整個變成一個大的,不只是這個園區,要整個地區都要變成,有文化創意的一個區塊。 (20130422O3)

研究者認為臺中文創園區可類似韓國 Heyri 藝術村的做法,把藝術村內的整體建物外觀與景觀設計,都統一做個建築風格與景觀規劃,讓園區週邊環境整體看起來具有 景觀一致性與藝文氛圍,範圍不只限於臺中文創園區內,還要推廣至整個地區都要變 成具有文化創意氛圍的一個區塊。

### 四、利用專業第三部門來管理臺中文創園區

文資局專業領域相對於發展文創產業或經營文創園區來說,是完全不同的概念,如果要避免類似像華山 1914 那樣的反思聲音出現,園區可以考量以第三部門來營運管理,減少園區營運過於商業性的批判,公部門只在行政上的參與與協助,以專案管理或者是以長期的合約來進行。

其實任何一個文創園區的經營管理,公部門和私部門都要一起營運管理,我們去看國內外比較成功的文創園區,很多都是由第三部門或私部門來主導,公部門只在行政上的參與,在園區有個輔助的角色…以一個專案管理或者是以一個長期的合約去委託一個可以來,進行一個營運管理的單位進來…這公部門任務很清楚在文化資產的部分,反而在 TADA 的部分營運管理這一些發展上面,應該是不要再由文資局他來負責,而是委託第三部門來長期負責。
(20130311P1)

可以營造出一個,具有行動能力的團隊,來執行這個活化再利用這一塊,不然你只是說 OT、BOT 或者你要用什麼樣子的一種,嗯…基金會或是行政法人或是怎樣的方式…讓這些團體去發揮它的能量,然後累積正面性的能量,那主要是因為一個園區在於說會不會成功,還是在於它的實際營運的團隊,它的能量是不是能夠持續的加強。(20130311P1)

所以我覺得在組織定位上,你應該要有一個清楚的政策,你希望未來是朝向哪個方向,商業 有商業的做法,非營利有非政府機構的做法,清清楚楚的。(20130417P3)

受訪者認為臺中文創園區如果交付予專業第三部門來管理,而政府應先將園區的組織定位做出來,再尋找有意且具有專業性的組織來做經營管理,不該只是簡單的園區建物做 OT 或 BOT 委外經營,亦可仿效雪菲爾文化產業園區與 Heryi 藝術村園區,園內經營管理交由第三部門來執行。

#### 五、臺中文創園區適度放寬商業性營運

臺中文創園區目前缺少一般性的商業服務,如:創意性的生活商場、大型知名餐飲集團、長駐型主題館,甚至可以與鄰近產業聚落做商業性的聯合行銷與販賣等等,園區目前委外進駐廠商都是以展覽的附屬商品為主,其數量與類型比較少且比較針對特定族群,未來應可以增加一般的商業性營運與體驗性活動。

一個文化園區能夠成功,就是說他除了這樣的一些進駐的單位之外,他必須要提供一個相對的服務設施,那這些的服務設施裡面,就是有包括一些一般性的商業服務…在園區裡面應該至少要有百分之三十左右的,這個樓地板面積會是比較恰當的,那目前 TADA 裡面顯然是非常不足的。(20130311P1)

就是說像德國的紅點博物館十二號礦區,它就紅點 Red Dot 在創意產業為一個平臺…它的 Red Dot 博物館在這個地方是不是,那它就可以利用這個做為它的品牌,現在舊酒廠這邊就是,沒有去思考這樣的一個共同的平臺…就是說你只要是這個園區裡面的創意產業,可以共用一個品牌,當然這品牌要夠響亮啊。(20130417P3)

在國外的趨勢裡面,透過體驗的活動,或是過一些文化商品的開發,然後當然還開發了結合 餐飲,甚至餐飲也是文創的一部分,對臺灣尤其是中臺灣餐飲,是具有文創特質的,那這部 份都沒有進駐到這個 TADA 裡面去,這部份是很缺乏去發展的和開發的。(20130311P1)

但是講起來這種文化園區,最好要有一些的利益在裡面比較好。(2013042203)

而吸引來人家來的,那勢必要經營晚上,晚上經營晚一點,可是實際上晚上從六七點以後, 這整條路都是暗的,都是暗的…不像高雄的駁二,駁二是通亮的欸,就整個園區你晚上來逛 或是幹嘛,它是亮的,但是到了我們這邊是暗的。(20130407C1)

另外受訪者 P3 認為,臺中文創園區可以思考日後,只要是在園區內產生的商品、 作品等等,未來可以利用臺中文創園區做為品牌來做為市場區隔性與自明性,文化創 意商品還是得透過營利來將餅做大。另外園區的活動營運時間,大概隨著文資局下班 後,園內展覽活動等等也大多結束了,營運時間的方面也可以再做調整,下班後的人 潮才會真正湧現,園區卻遺漏了這一塊,可以吸引人潮的時段,實為可惜。



# 第六章 結論與建議

最終章為綜合論述本研究架構四大面項的研究發現與建議。第一節研究發現為陳述 研究結論:針對產業聚落、重大建設、園區區位以及政府角色做結論整合;第二節為本 研究建議,分別給予公部門、私部門以及後續研究之建議。

## 第一節 研究結論

臺中文創園區前身為臺中舊酒廠工業遺產,自 2005 年文建會將園區轉型為臺灣建築、設計與藝術展演中心 (TADA),後更名為臺中文創園區;至今 (2013) 已有八年,其中園區陸陸續續推動各種活動,冀望臺中文創園區能夠提高知名度。研究者針對園區文獻分析與質化訪談的過程瞭解政府角色、園區定位與經營模式影響著園區的發展。以下分別是臺中文創園區發展條件與限制、園區備受期待、園區政策演變過程以及園區營運之困難等,並經由文獻蒐集與受訪者陳述所產生的研究結論。

## 壹、臺中文創園區政策定位之演變過程

此處將簡述臺中文創園區政策演變過程:酒廠到文創園區、藝術家到辦公室之間的變化脈絡,以及分析臺中文創園區與文創產業關聯性。

#### 一、酒廠到文創園區

製酒數十載的臺中酒廠,因民營化政策廠區繳回國有,後續中央政府打算將閒置的廠房做為文創園區,並將園內數十棟建物登錄為歷史建物。從製酒廠過渡到所謂的文創園區:是先有成立文創園區場域的構想,再去想適合園區發展的文創內容產業,園區政策脈絡是先有場所再到定位願景的。

園區歷經環境整備、增加基盤設施以及圍牆拆掉等措施後,宣告開放的藝文空間正式成立,之後再到建物的委外經營與回饋計畫;事實上園區轉型後的使用率成效是不錯

的,只是似乎和大家所期待的文創園區有落差。

### 二、藝術家到辦公室

初期園區政策是以學校相關科系、藝術家以及工作坊等進駐園區,成為中臺灣一個很重要的藝術聚落;而鄰近園區的20號倉庫是全臺灣第一個以藝術家進駐的方式作閒置空間再利用的始祖;兩者可以就近做個連結與交流。曾進駐園區之受訪者抱怨:最早做這項政策的是臺中,最早結束的卻也是臺中!後來園區也以整備園區的理由,不再提供空間給予進駐。由此可見政策改變的取向,往後園區內部政策取向將重心移往展演空間與辦公為主。

### 三、臺中文創園區與文創產業

文資局管理園區只有一項任務:整備好舊酒廠。使其成為完善的藝文開放空間、辦公空間以及展演空間;文化創意產業發展與培育目前不是園區的主要任務,其他政府部門跟文創產業相關的以草屯工藝中心比較相像。檢視園區目前在整備藝文開放空間、建物委外經營、公部門辦公空間以及展演空間上,文資局的角色與政策目標上的成效是相當好;簡而言之,臺中文創園區在文創產業的推動,目前只參與展演平臺端,供參觀者與策展者一個很好的展演空間,而非培育文創人才與發展文創產業之基地。

### 四、臺中文創園區應針對定位做實質政策執行

研究發現園區目前已偏離原有 TADA 之定位。日後園區舉辦活動、教育訓練、研討會、進駐之廠商等等,應檢視是否符合園區之定位,不該再以閒置空間再利用的方式看待園區;需落實建築、設計與藝術相關產業與活動為主軸,讓園區定位不至於背離主題,本研究與林依慧(2010)研究發現相同,認為應落實園區定位之政策執行。

## 貳、臺中文創園區發展條件與限制

針對受訪者與次級資料整合臺中文創園區之發展條件與限制,如下表 6-1 所示。

表 6-1 臺中文創園區發展條件與限制綜理表

Strengths 優勢	Weaknesses 劣勢				
	一、臺中文創園區綠化與動線規劃不佳				
一、臺中文創園區整建經費多	二、園區人力與經費不足				
二、中央單位直接進駐園區	三、園區委外模式多頭馬車				
三、園區區位條件優良	四、園區發展已偏離原有定位				
四、園區建物空間尺度大	五、園區內部未帶動產業聚落效應出現				
	六、文資局專業不在促進文創產業發展				
Opportunities 機會	Threats 威脅				
<ul><li>一、學校曾進駐臺中文創園區成效佳</li><li>二、園區應與鄰近產業聚落攜手發展</li><li>三、園區與鄰近重大建設具有乘數效應</li></ul>	一、臺中地區人口與消費能量不足 二、臺中文創園區失落過久 三、與週邊環境互動性不高 四、中央與地方缺乏實質府際關係互動				

資料來源:本研究整理

由上表可知,受訪者認為目前園區仍有可改善之處。研究發現園區發展至止,定位與目標皆尚屬於模糊階段,且園區尚未形成產業鏈與產業聚落群聚。園區內部目前僅以展覽活動與文資局辦公空間為主,而園區主事者文資局業務範疇並非經營文創園區發展文創產業,此經營管理方式讓園區發展受到限制。文資局的進駐對於園區來說一則以喜一則以憂,好處是由中央直接進駐園區,資源與經費比其他四大文創園區來的多;且在文資局也較注重公共利益,較可照顧到市民使用園區公共財之權利;但公部門在經營管理的部份,顯得較綁手綁腳,受限於法規與營利限制,園區運作且亦受限於人力及預算

問題。

另外園區內部的發展是由文化部文資局負責經營管理;而園區外的環境、交通等市 政議題則是屬於臺中市政府所管轄。目前臺中市政府與文資局兩者之間,缺乏溝通協調 機制來共同處理園區的發展策略,兩者僅有單純的行政業務往來,未來冀望園區加強與 臺中市政府之間的溝通機制,結合中央與地方之行政資源,共同努力使得園區蓬勃發 展。其中有受訪者亦表示臺中創意能量還不夠撐起這麼多的藝文空間,園區外部的威脅 包含了未來成長能量與藝術氛圍不足等等,臺中文創產業面臨創意消費人口與創意能量 成長不足等問題。

受訪者認為園區亦有數項優點與潛力,園內所有環境整備與經營管理都是中央資源的投入;且由中央單位進駐園區,不管是經費或是活動都可舉辦全國性的規模,是其它四大文創園區所沒有的行政資源!此外園內建物尺度大,可供使用空間甚多,相較臺中市內其他相同性質展演空間,相當具有空間上的優勢;而園區週邊重大建設對園區做串連的規劃動作,將會相當具有賣點與效益;譬如臺中公共資訊圖書館、草悟道、舊州廳和臺中文創園區加以做結合,將會是相當具有觀光景點潛力。

## 參、臺中文創園區發展營運之困難

研究發現園區營運發展困難有以下數點。

#### 一、公私部門對臺中文創園區角色期待的立場不同

研究發現公私部門對園區之期待兩者角色立場相當不同。以文資局為首的公部門, 認為園區應首重公共服務,園區利用公家預算整備完成;站在歷史建物的公共利益下, 文資局不希望園區營利性質過重,所以後續園區經營管理較偏重辦公與展覽,園區是中 部地區大專院校畢業展的重要場域,且收費相較其他藝文場所要便宜許多,空間尺度又 較大;受訪的文資局人員認為園區目前營運模式成效不錯,且在滾動式的決策中收到成效。 整體來說目前園區現況發展以辦公、建物委外經營、畢業展演或相關展覽為主,這都是因為文化部文資局這個政府角色所主導下的結果。另外廠商認為在市場、產業面與園區營運的領航責任上,園區應再努力加強。目前進駐的一兩年之間,廠商覺得園區尚未有明確的市場定位與欲主力發展的文創產業,在目標與執行上都還是個模糊地帶,廠商認為園區在領航與主政上未扮演好領導者角色。

### 二、臺中文創園區內部未形成產業群聚

園區目前尚未有文創產業聚落效應的產生,目前園區僅以展覽活動與文資局辦公空間為主;這兩類的活動模式未助園區形成產業鏈與產業聚落群聚,整個園區未在文創產業部份有著正面的發展。園區基本上都是短期的展演活動,包含畢業展或是大型展覽,它無法產生所謂的產業群聚;園區就只是一個大型藝文展覽空間,且因展覽活動僅為期兩三個月不等的非長駐型活動,無法為園區與週邊環境帶來效益。

雖園區有很好的 A+創意季和創意生活節等。但這類都是公部門招標性的活動,必須看年度預算舉辦,預算不足就無法舉辦,展覽也無法形成產業群聚,園區還是必須找個主題性與長駐性的產業來做為園區的發展。另外園區週邊的產業聚落如:打金街(成功路)、婚紗街(三民路)以及臺中著名的糕餅業(自由路)等,這些產業聚落未影響園區發展,與園區未有相關性的連結,整個是脫鉤的。

根據前人研究文創園區的感想是應與週邊產業聚落互動。一個經營成功的文創園區 內部應有產業聚落產生,但園內未形成產業群聚,亦未與鄰近產業聚落有所互動,未來 園區應加強產業聚落之互動,來達到園區發展之目的。

#### 三、臺中文創園區內部有溝通協調問題

不管是廠商之間或廠商與文資局之間的溝通橋梁,似乎已喪失功能。園區未先將各個廠商做共同行銷或宣傳手段的合作平臺,卻推動憑在甲廠商消費之票根至乙廠商消費的打折。此類的園區政策,在決策溝通上較欠缺考量;園區內部廠商基本上營運管理是各自為政,沒有一個機制或平臺,讓廠商與廠商之間錯失有個固定合作會議或溝通交流的機會。

私部門的廠商認為園區缺乏良善溝通平臺的建立,且並未感受到政府將建物委託經

營後的支持,只能憑廠商各自努力,園區應帶領廠商統合做規劃;而廠商與文資局之間的溝通橋樑僅限於行政手續的往來,其餘都是法規的監督、行政程序以及經營績效評鑑等等,較少諮詢或協助;且文資局專業不在發展文創產業與文創活動,基本上文資局在管理園區都是一般政府部門的行政體制與做法,要文資局有突破性的發展是比較困難些。既然是文創園區,為了政府推動六大新興產業當中的文創產業,應該需要放寬一些行政管制性政策。

### 四、臺中文創園區管制性政策過多

臺中文創園區的營運模式為公辦公營,建物大多登錄為歷史建物;若要利用閒置空間再利用的概念,其先天行政限制比起如韓國 Heyri 藝術村這類利用規劃新建成的園區,行政成本與建物使用限制多了不少;但是這兩類的文創園區各有各的特色及優點。回過來說,園區在剛起步過程中,遇到執照申請、設備升級、歷史建物使用與營運時間等等相關事宜,文資局大部份都站在監督角度看待經營廠商,而非提供諮詢式的協助廠商解決困難,讓廠商士氣大減且角色模糊;法規限制譬如:因應計畫、政府採購法等等,等於抑制了園區的創新發展,讓園區的發展只能且戰且走;就因行政庶務與管制性政策過於繁雜且不透明,實為可惜。前人研究的心得是文創園區內部應具備高自由度且注重創意;換句話說園區管理就要減少管制性政策。政府角色在園區應當協助者與仲介者,整合各方與園內資源以利園區之發展,因此園區在角色扮演上應更加積極協助經營廠商之問題。

## 肆、臺中文創園區之展望

受訪者對於園區未來發展的優勢與機會相當被看好,認為園區後勢看漲。

#### 一、臺中文創園區應發揮週邊重大建設的效益

臺鐵捷運高架化有意將舊有鐵軌轉變成為園道和自行車道,未來園區可利用該自行車道的吸引力,吸引群眾到 TADA 來訪,成為自行車道必經的一站;園區與自行車道應

結合休閒與文創,如此一來將臺中文創園區交通的可及性再次提高;增加臺中市假日休閒好去處之一。另外,因臺糖湖濱生態城開發案與干城商業區具假日休閒娛樂與消費功能,文創園區可與之結合行銷,將可為帶入人氣與知名度;但由於兩處商業區皆未開發,未來考慮導入文創商業展示,使臺中文創園區影響力加大,亦使園區腹地增加,可提昇文創競爭力。

體二用地可透過運動賽事聚集人氣,也是值得臺中文創園區可連結的一項景點。透過自行車的整體串連臺中公園、臺中文創園區,可將體二用地附近的文化歷史建物結合於文化創意旅程之中;草悟道是臺中市假日眾多人潮匯集之地,是近年臺中市新興的具有特色的商圈,園區內廠商或展覽亦可利用草悟道所聚集的龐大人氣,來增加園區的知名度;臺中州廳主要做為古蹟旅館,也有部份做為文創產業工作坊、文化展演與創意市集等,可讓臺中文創園區與臺中州廳兩者之間做文創街區之串連,加強連結度使之共同發展,加強文創點與點之間的發展。

綜合整理以上六個市政重大建設案(臺鐵捷運高架化、臺糖湖濱生態城、體二用地、草悟道、臺中州廳、干城商業區),園區若能需找出適當的發展定位與目標,做出具有自我特色的文創園區,將功能凸顯出來避免重複,並利用個別特性與定位來達到良好的競合關係,聯合上述市政建設與園區做整體的觀光景點行銷;七大亮點具有假日休閒、交通轉運、消費購物、運動賽事、文化創意、旅遊住宿等多功能的藝文特區,相當具有文化觀光之潛力。

#### 二、臺中文創園區應發揮優勢的區位條件

園區位於臺中市南區,且鄰近具有臺灣重要大眾運輸的臺中火車站,後站徒步至園區路程約五六分鐘,交通可及性高,雖臺中舊市區發展漸沒落,但整個臺中市市政建設規劃資源近期漸漸投入在此,園區若好好利用區位條件來發展,將大大活絡與促進園區發展。如:建議成立文創街道,串連臺中火車站後站與臺中文創園區兩端,亦或是與鄰近大學成為文創培育中心,由相關科系形成文創學程等,並轉型改善園區東側民意街觀光市場成為文創觀光市場等。

另外臺中文創園區與雙十文化流域、20號倉庫、文英館、市役所與舊州廳等,

這些藝文空間地理位置彼此相近,可形成文創特區之概念;再加上週邊旅館林立,住宿加上景點串連,利用點線面的發展概念,即可形成具有臺中在地文創特區;建議可形成文創半日遊、一日遊,行銷臺中推銷至全國。如舊州廳欲改成古蹟旅館,並統合發行文創觀光聯票,可使該文創特區更具有競爭力。

### 三、臺中文創園區具備改善與發展之潛力

不管公私部門或專家學者,幾乎都一致認為臺中文創園區·未來只要有明確的定位 與執行方向,就會收到不錯的效果;不管是區位條件、重大建設輔助、鄰近產業聚落等 等,都有助於園區發展的良善外部性效果;五大園區除臺北華山之後,備受好評的就是 臺中園區,雖有尚有發展劣勢與威脅,但只要領航者願意改善園區,園區將成為中部地 區藝文氛圍濃厚的文化公共設施。

以目前看來,未來由臺中文創園區來扮演中臺區域層級的文創產孕育場角色是最合適的。話雖如此,但是產業發展不是一個小小園區可以成形的,園區做好基礎設施、整備週邊環境、精確的定位、有效的政策執行以及領導者本質等,讓園區成為具有競爭力的營運環境。僅依臺中的人口與消費能力,是無法撐起園區或一個文創產的發展的。

以上在本節呈現四個部份,為研究者將園區政策發展脈絡、園區內互動關係以及所 遭遇之困難,透過文獻評析與訪談資料中所歸納出來的研究結論,下節則是提出本研究 針對公部門、私部門與後續研究方向提出建議。

## 第二節 研究建議

本研究建議分為三部份:一為對公部門之建議,包含文資局與臺中市政府;其次為 對私部門之建議,將針對園區經營廠商給予建議;最後則是給予後續研究者可深入再研 究的後續建議。

### 壹、對公部門之建議

因為園區目前主事者是文化部文資局,故本研究根據資料收集與分析與研究者的觀 察與理解,提供下列建議供相關政府部門參考之。。

### 一、由第三部門或行政法人化管理園區

本研究建議園區若要符合定位,應由建築師、設計師以及藝術家等納入第三部門之委員來經營管理園區,這樣才名副其實做到建築、藝術與藝術展演之定位。園區交由專業第三部門或仿照國家兩廳院行政法人化來經營管理,並由園區成立委員會監督第三部門營運;委員會訂出營運規範,在有條件下適度放寬商業營利行為與規範營運活動項目,目的讓園區整體在有效的管理之下減少依賴國家預算,使園區內部經費與人力自給自足,政府角色應類似韓國 Heryi 藝術村僅提供資金借貸與政策上之協助,不過度干預園區經營管理,展現園區營運模式高自由度。

綜合國內外成功的文創園區多半是由第三部門或第二部門來管理。為避免過度商業營運,可訂下規範與容許項目,並定期開會做檢核與決議;由第三部門營運可減少文資局業務負擔,也讓園區經營模式更適得其所;本研究的理論回顧以及前人陳美甜(2010)、林厚君(2011)之研究相同:一致認為文創園區之經營管理,政府應採行低度參與,僅擔任仲介者或協助者之角色。

#### 二、結合在地性的文創產業

園區週邊產業聚落可依文創產業特性給予轉型與行銷的協助,譬如婚紗街(三民路)、糕餅業(自由路)、打金街(成功路)等特色街道,都可配合地利之便與園區做結

合,惜現階段尚無契合機制;工作坊、顧客、原料素材與相關專業技師等都可在這些產業聚落做結合,亦符合園區設計之定位;園區應積極納入該產業聚落於園內之發展。據第二章提及之前人研究,文創園區與在地化產業合作為園區發展成功關鍵條件之一,本研究與前人文獻相符合,因此提出結合在地性的文創產業聚落之建議。

另外園區內部目前的規劃與過去製酒的歷史連結性不高,目前只有<del>請</del>臺酒進駐販賣相關商品,未來可以嘗試多呈現過去製酒的歷史照片等等,呈現酒廠轉型文創園區後的歷史脈絡;現階段園區成立酒文化館,企圖連結園區過去製酒歷史,是一項立意相當佳的園區內部政策之一。

#### 三、強化中部地區文創產官學平臺

公部門應針對中臺區塊(中彰投三縣市)的文創產業定期半年做個產官學平臺會議,該會議目的為臺中市甚至中部地區,相關文創產業與行政資源發展之分配與建議,未來甚至推到全國性的文化創意產業產官學平臺,邀國內外文創產業相關學者來臺傳授與分享經驗,提供給臺灣文創產業政策或文創園區發展之建議。產官學各有各的期盼與任務,產業界主導消費端、政府單位負責行政協助、學校提供人才與教育培訓,發揮真正具有功能產官學合作的平臺,本研究建議園區應成立建築、設計與藝術之產官學平臺,讓園區每一步的發展更符合定位且更具實質性,讓園區發展不至於偏離目標。

而臺中文創園區區位條件具有發展產官學平臺之優勢,臺中文創園區由文資局管理,園內也有委外廠商,附近也有不少學校單位,包含中興大學、朝陽科大等,產官學合作對園區發展無疑是個新契機且具有潛力,園區可效法本研究國外案例之798藝術園區建立文創平臺,利用園區促進產業升級與文創群聚效應。

#### 四、強化中央與地方府際關係

文化部文資局與臺中市政府之間的府際關係不佳,園區自己發展自己的,到園區外又是另外一件事,不管是園區景點連接、文創街區規劃或是交通改善計畫等等,府際網絡關係連結度都不高,文資局應和臺中市文化局、都市發展局、經濟發展局等等,應建立彼此的實質合作網絡關係,目前都以單純行政業務往來,未來可加強實質發展合作機制,如:共同針對園區週邊環境之規劃,將園區與舊州廳之間成立文創街道連結兩者,

如此一來中央與地方才有實質合作關係,對園區的發展推動才會具有正面效益。建議成立針對園區內外部發展之委員會,將園區發展之有關的中央與地方公部門,固定三個月開會一次,以利瞭解雙邊規劃與執行之資訊流通。

另外文資局在臺中文創園區中應扮演好領導者,文資局對園區的看法是影響園區發展最主要的因素,文資局應檢核自己對園區的看法,本研究建議文資局對內應統合好各廠商之間的合作關係並擬定目標執行之,對外則要加強中央單位對地方政府之府際關係,與園區外部產業聚落、在地社區、教育單位、景點串連等等合作,發揮中央與地方合作的跨域治理新契機,本研究與前人黎易俊(2013)、徐國訓(2004)研究相同,認為文創園區之發展地方政府也需參與其中。

#### 五、園區建立進駐諮詢系統

園區建物在委外過程與廠商進駐之中,不管是符合園區定位的檢核、活動業務上的報備、法規規範,甚至廠商進駐園區前的進駐資訊與諮詢(譬如:歷史建物因應計畫核發餐廳執照),政府都應該建立一套合情合理的標準與機制出來,以減少廠商的資訊不對稱或科層體制下的行政成本;另外希望文化部文創司、文資局與臺中市政府等相關業務涉及文創園區的執行單位,成立一個針對文創園區管理監督的委員會,定期檢合目標與行政上的協助,而園區經營管理則由第三部門或第二部門來執行。

#### 六、彈性放寬園區營運時間與項目

園區在營運時間與商業容許項目可以考慮做適度的放寬,因園區管理是政府部門, 大概下午五六點下班,所以除了非委外經營的展覽空間,大致上也只到下午五六點就結 束了,也許初步營運時間譬如說放寬至八點或十點以增加人潮,也要配合當地居民、參 觀者、策展人以及廠商營運時間來做配合,這如此一來文資局人力上就會比較吃緊,也 許可以透過第三部門來做管理。另外園區營運項目可以讓餐廳、生活商場等進駐,增加 參觀者在園區的停留時間,但餐廳的用火也會面臨歷史建物安全的因應問題,文資局應 針對此部分做明確的規範與標準,日後全臺類似的相關問題,亦可依照此模式辦理。

### 七、中央常駐機關之調整

因應臺中文創園區文創產業發展與公部門業務職掌之整體考量,建議文化部文資局

應與文創司做駐點對調,由文創司經營管理臺中文創園區,不管是營運模式、導入 TADA 定位之文創產業發展、相關人才培育以及法規運用等等,都可利用該機會做為國內其他 文創園區之標竿學習對象,可避免園區整體委外過度商業化之批評,亦可兼顧園區公共 服務的首要目標。

### 八、週邊觀光景點串連

除了發展園區 TADA 定位外,為了吸引活動人潮與活絡園區行銷,建議應與週邊觀光景點做整合,但前提園區需與臺中市政府做合作,如:市役所、文英館、雙十文化流域、20 號倉庫等,形成文創特區之概念,利用點線面的發展概念,形成具有臺中在地文創特區,本研究建議該特區可形成文創半日遊、一日遊,行銷大臺中推銷至全國亦或是全球,打開臺中觀光文創知名度。如:舊州廳欲轉型成古蹟旅館,再加上週邊旅館林立,住宿加上景點串連,並統合發行文創觀光聯票,可使該文創特區更具有競爭力。

### 貳、對私部門之建議

針對目前園區內經營廠商或未來欲進駐園區之廠商,給予研究建議。

#### 一、廠商共推聯盟品牌

目前園區有四家營運廠商,希望廠商彼此成為聯盟,不管是臺創、御東風、祥瀧還有臺酒,都可以形成一個行銷聯盟,恰好四家廠商性質皆不同,可以發揮各自特色(例如祥瀧專長在於策展活動、御東風專長在於音樂展演、臺酒可提供飲品、臺創專長在於設計),並形成主題性活動或主題館長駐於園區之中,形成園區特有的節慶活動,以主要活動事件帶動人氣與知名度活絡園區以及週邊區域,本研究與前人陳美甜(2010),認為文創園區應運用品牌化來包裝園區商品,以及園區應成立主題館常駐於園區內。

#### 二、加強與在地文創相關產業之連結

園區廠商不只是在園區內經營各自的據點,亦可向週邊社區、工作坊與藝文餐飲空 間等等,園區委外經營廠商之中,大多總公司設在臺北,臺中園區只是其中一個據點, 因此在地化經營更顯重要,不管是在地特色產品、臺中特色街道,亦或是與臺中文史工 作者、藝術家與策展人等等,做更深度的交流與分享。

#### 三、建立與政府的溝通管道

廠商應建立與政府的溝通管道,例如成立包含文化部文創司、文資局與臺中市政府 等單位的「臺中文創園區委員會」,廠商可與該委員會直接建立暢通的溝通窗口。因園 區目前屬於公辦公營,委外廠商需配合政府法規規定,未來不管是對園區內的軟硬體建 議,或對於園區外的環境改善建議等,都可適時的向委員會反映意見。

### 參、對後續研究之建議

針對後續研究者建議,吾人提出三項建議,第一項為針對整合評析中部地區的同性 質園區做歸納,次為擴大訪談對象,最後則是研究文化創意園區發展商業模式。

### 一、探討中部地區同性質的園區

可考慮呈現中部地區所有相同性質之創意、文化園區資料,如:目標客群、定位願 景等等,可提供中部地區文化觀光相關部門做整合性的施政參考,更清楚分工定位與客 群,增加大臺中文化創意產業發展的潛力與優勢,集中政府與民間資源做為中臺灣新興 產業發展的動能之一。

#### 二、擴大訪談對象

可訪談藝術家與文創公司對文創園區的期待與看法,以往文創園區發展政策集中在專家學者與臺中文創園區內部公家機關為主,往後相關研究可納入藝術家、策展人與文創公司之實務經驗與市場面的考量,以及臺中市政府文化局、都發局、觀光局以及經發局之意見,讓臺中文創園區發展政策在廣度與深度上可以更臻完善。

#### 三、研究文化創意園區發展商業模式

針對整體性的不管是閒置空間再利用、工業遺址概念下轉型的文創園區,亦或是其 他概念下成立的文創園區,建立一個發展商業模式,針對法規、獎勵、契合機制以及第 三部門管理等等,建立一個發展文化創意的產業鏈與商業模式,讓整個文創園區可以一步一步上軌道。此外亦可研究閒置空間再利用有無其他營運方案,因目前閒置空間再利用絕多數轉型成為藝文展示空間,希望後續研究者尋找一個跳脫出既定思維下的解決方案,讓此具有公共財的歷史性質的建築物走出,不可營利或以保存為重的論點限制下,尋覓出一個嶄新未來。



# 参考文獻

### 中文部份

丁錫鏞(主編)(2004)。臺灣的文化創意產業發展政策。臺北市:嵐徳。

中華民國對外貿易發展協會(2009)。臺灣產業聚落蛻變與重生。臺北市:外貿協會。

文化部文資局(2012a)。文化部文化資產局簡介。臺中市:文資局。

文化部文資局(2012b)。臺中創意文化園區全區委外前置規劃作業計畫總結報告書。 臺中市:文資局。

文化部文資局 (2013)。**組織團隊**。線上檢索日期:2013年7月17日,取自 http://www.boch.gov.tw/boch/

文化創意產業發展法(2010)。

- 王美雅、陳意文(2010)。創新與空間論未來創意園區之圖像。**產業與管理論壇**,12 (2),8-25。
- 王銘義(2012,1月)。兩岸城市文創競爭力 臺北排第3。中時電子報。線上檢索日期:2013年1月17日,取自

http://tw.news.yahoo.com/%E5%85%A9%E5%B2%B8%E5%9F%8E%E5%B8%82%E 6%96%87%E5%89%B5%E7%AB%B6%E7%88%AD%E5%8A%9B-

%E5%8F%B0%E5%8C%97%E6%8E%92%E7%AC%AC3-213000354.html

- 古宜靈(2004)。如何啟動一個成功的文化園區。載於**創意空間:開創城市新地理學** (頁110-125)。臺北市:典藏藝術家庭。
- 交通部鐵路改建工程局(2013)。臺中都會區鐵路高架捷運化計畫。線上檢索日期:

朱歆如(2010)。文化創意產業之總體策略。臺灣經濟研究月刊,33(8),23-29。

2013 年 1 月 3 日 , 取自 http://www.rrb.gov.tw/04100.aspx?id=5&lan=ch

行政院文化部 (2012)。規劃設置創意文化園區。線上檢索日期: 2012 年 12 月 22 日,

取自 http://cci.culture.tw/cci/cci/law\_detail.php?c=239&sn=3965

行政院文建會(2001)。臺中酒廠舊址保存與整體再發展。臺中市:逢甲大學。

行政院文建會(2002)。創意文化園區總結報告。臺北市:文建會。

行政院文建會(2004)。臺中酒廠創意文化園區整體規劃。臺中市:朝陽科大。

行政院文建會(2009)。2008臺灣文化創意產業發展年報。臺北市:文建會。

行政院文建會(2010)。2009臺灣文化創意產業發展年報。臺北市:文建會。

行政院文建會(2011)。2011臺灣文化創意產業發展年報。臺北市:文建會。

行政院文建會中辦(2004)。臺中創意文化園區歷史建築「原公賣局第五酒廠」調查研 究及修復再利用規劃期末報告書。臺中市:東海大學。

行政院文建會文資總處(2011)。**唯有酒香似舊時:臺中文化創意產業園區前世今生**。 臺中市:行政院文建會文資總處。

行政院經建會(2008)。挑戰:2008國家發展重點計畫。臺北市:經建會。

行政院經建會(2011)。中臺灣文化藝術館群整合計畫。臺中市:朝陽科大。

- 行政院經建會(2013)。**六大新興產業**。線上檢索日期:2013年1月7日,取自 http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0012445
- 宋祖慈、戴卓玫(2010)。五大園區起飛臺灣創意無限延伸。**創意城鄉誌, sep2010**, 22-25。
- 李佩蓉(2012)。都市工業遺址的再生分析-以臺北華山 1914 與臺中 TADA 園區為例。 臺灣大學園藝學研究所碩士論文,未出版,臺北市。
- 李明軒,邱如美(譯)(1996)。Michael E. Porter 著。**國家競爭優勢**(The Competitive Advantage of Nations)。臺北市:天下文化。
- 李英瑋(2006)。文化政策發展之地方性制度建構-以臺中舊酒廠為例。朝陽科技大學 建築及都市設計研究所碩士論文,未出版,臺中市。
- 李斌(2011)。發展沿革。載於林炎旦主編**文化創意產業理論與實務**(頁 19-38)。臺北市:師大書苑。
- 汪志忠、鄭雅云(2012,11月)。文化產業群聚之發展因素分析-以臺中創意文化園區 為例。論文發表於第十屆管理學術研討會暨第六屆海峽兩岸科技與人文教育暨產 學合作研討會,臺中市。

- 沈彤芬(2011)。**華山創意文化園區與其周邊都市環境發展之研究**。臺北大學不動產與 城鄉環境研究所碩士論文,未出版,臺北市。
- 亞太文化創意產業協會(2011)。文創產業興中華:2011 兩岸城市文化創意產業競爭力 調查報告。臺北市:商周編輯顧問。
- 林依慧(2010)。**臺中文化創意產業園區與周邊地區互動之研究**。臺北科技大學建築與 都市設計研究所碩士論文,未出版,臺北市。
- 林明志(2007)。從舊酒廠走向新時代TADA散發迷人色彩。書香遠傳,55,14-16。
- 林炎旦 (譯) (2011)。聯合國貿易與發展會議 (UNCTAD) 著。**2010 創意經濟報告** (Creative Economy Report 2010)。臺北市:師大書苑。
- 林炎旦、李兆翔(2011)。緒論。載於林炎旦主編**文化創意產業理論與實務**(頁1-15)。臺北市:師大書苑。
- 林玟伶(2008)。海峽兩岸城市創意文化園區之個案比較。臺北教育大學藝文產業設計 與管理研究所碩士論文,未出版,臺北市。
- 林厚君(2011)。**文化創意產業園區治理模式之比較研究**。暨南大學公共行政與政策研究所碩士論文,未出版,南投縣。
- 林崇熙(2008)。產業文化資產的智慧再生產。載於楊凱成主編**喜新。戀舊-創造產業** 文化資產新價值(頁 14-35)。臺中市:行政院文建會文資總處。
- 林淑馨 (2010)。質性研究:理論與實務。臺北市:巨流。
- 林翠如(2008)。「臺灣建築·設計與藝術展演中心」未來經營模式之研究。南華大學 出版與文化事業管理研究所碩士論文,未出版,嘉義縣。
- 花蓮文化創意產業園區網站 (2012)。**園區介紹**。線上檢索日期: 2012 年 12 月 22 日, 取自 http://www.newkind.com.tw/B3.html
- 邱英浩、鄭奕孟、謝宗育(2012)。應用模糊德爾菲與分析網絡程序法於文化創意產業園區發展評選之研究。建築學報,80,85-109。
- 邱祖胤(2013,5月)。我見我思-來場文創大拜拜。**中時電子報**。線上檢索日期:2013 年6月11日,取自

- http://news.chinatimes.com/forum/11051401/112013050800488.html
- 邱莉玲 (2011,7月)。韓流經濟 贏在策略。**中時電子報**。線上檢索日期:2013年1月24日,取自 http://money.chinatimes.com/100rp/08korea/news4-4.htm
- 屏東教育大學(2013)。文化創意產業內容及範圍。線上檢索日期:2013年1月7日, 取自 http://tcim.npue.edu.tw/front/bin/ptdetail.phtml?Part=10090012&Cg=10
- 柯丞珮(2013)。民眾前往臺中文化創意園區之生活型態、休閒動機與其休閒效益之研究。大葉大學管理學院碩士論文,未出版,彰化縣。
- 孫煒(2002)。人力資源政策的轉型與展望:政府角色的觀點。問題與研究,41(1), 125-144。
- 徐中孟(2009)。中國文化創意產業研究。臺北市:秀威資訊科技。
- 徐中孟、李季(2012)。世界文化創意產業園研究。臺北市:秀威資訊科技。
- 徐國訓(2004)。**閒置空間文化再造策略比較之研究-以臺中酒廠舊址為例**。逢甲大學都市計畫研究所碩士論文,未出版,臺中市。
- 徐聯恩、樊學良、林建江(2007)。產業群聚之創新-韓國坡州出版城與 Heyri 藝術村的成功經驗。產業管理評論,1(2),29-37。
- 翁漱璞(2008)。**華山創意文化園區周邊都市空間規劃策略之研究**。臺北科技大學建築 與都市設計研究所碩士論文,未出版,臺北市。
- 財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會(2003)。**全球化趨勢下文化產業園區發展策略之研究**。臺北市:行政院經建會。
- 張翔智(2011)。體驗行銷與體驗價值對顧客滿意度與顧客忠誠度之關聯性研究-以臺中文化創意產業園區為例。朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文,未出版,臺中市。
- 陳介英(2010)。臺灣文化創意產業政策的文化基礎探討。**勤益人文社會學刊,1**,69-85。
- 陳向明(2002)。社會科學質的研究。臺北市:五南。
- 陳佩瑜、胡寶林(2008)。產業文化遺址作為設計教學及展演空間的使用經驗分析:以

- 臺中舊酒廠「臺灣建築、設計與藝術展演中心」為例。設計學研究,11,21-45。 陳怡君(2011)。創意文化園區在臺灣。載於文化創意產業概論(頁 482-491)。臺北 市:五南。
- 陳芙萱、劉皓仁(2012,11月)。中興新村發展文化創意產業之研究:日本經驗之啟 示。論文發表於2012年社會暨公共事務國際學術研討會-提升城市競爭力和治理 能力,臺北市。
- 陳美甜(2010)。**文化創意產業群聚發展之評析-以臺中創意文化園區為例**。東海大學 行政管理暨政策研究所碩士論文,未出版,臺中市。
- 陳智凱(2011)。範疇內涵。載於林炎旦主編**文化創意產業理論與實務**(頁 39-64)。臺 北市:師大書苑。
- 傳振焜 (譯) (2010)。Richard Florida 著。創意新貴 Ⅱ:經濟成長的三 T 模式。臺北市:寶鼎。
- 喻文玟 (2012,10月19日)。臺中文創區 酒廠鹹魚翻生。聯合報,A8版。
- 華山 1914 文創園區網站 (2012)。**關於華山**。線上檢索日期: 2012 年 12 月 22 日,取自 http://www.huashan1914.com/index.php
- 黃光男(2011)。**詠物成金-文化創意產業析論**。臺北市:典藏藝術家庭。
- 黃亞琪 (2011)。文創園區改建 花費夢想家三十倍。**商業週刊,1256**,76-79。
- 楊宏祥(2010)。臺灣工業遺產保存、修復及再利用探討-以臺中創意文化園區為例。 文化資產保存學刊,14,71-88。
- 楊其文(2009)。**創意城市與文化園區的開發:以「國家兩廳院園區」為例**。臺北市: 師大書苑。
- 楊玫萍、李宜臻 (2007)。**臺中市第六期干城重劃區評析**。線上檢索日期:2013年6月 11日,取自 http://140.134.4.2/~up/term%20paper/961/9720.pdf
- 楊敏芝(2005)。文化產業理論思潮初探與發展省思。載於**文化生活圈與文化產業**(頁 195-209)。臺北市:詹氏書局。
- 楊敏芝 (2008)。產業文化資產空間轉型之土地政策研析。載於楊凱成主編喜新・總舊

- -創造產業文化資產新價值(頁100-117)。臺中市:行政院文建會文資總處。
- 楊敏芝 (2009)。創意空間:文化創意產業園區的理論與實踐。臺北市:五南。
- 楊敏芝、翁政凱(2009)。**創意再生產:產業文化資產再利用**。臺中市:行政院文建會 文資總處。
- 經濟部工業局(2009)。2008臺灣文化創意產業發展年報。臺北市:工業局。
- 詹彩鈺(2003)。公共政策規劃之民眾參與行為影響因素之研究-以「臺中酒廠舊址保 存與整體再發展」為例。逢甲大學都市計畫研究所碩士論文,未出版,臺中市。
- 嘉義文化創意產業園區網站 (2012)。**園區簡介**。線上檢索日期: 2012 年 12 月 22 日, 取自 http://chiayi.moc.gov.tw/about.aspx?about\_id=32
- 廖淑容、古宜靈、周志龍(2005)。文化政策與文化產業之發展-西歐城市經驗的省 思。載於文化生活圈與文化產業(頁211-246)。臺北市:詹氏書局。
- 彰化縣政府(2011)。中臺灣文化資產及遊憩亮點計畫。雲林縣:中華民國戶外遊憩學 會。
- 漢寶德 (2008)。文創法有助文創業?線上檢索日期: 2012 年 12 月 22 日,取自 http://www.npf.org.tw/post/1/5714
- 漢寶德、劉新圓 (2008)。**漫無目標的創意文化園區**。線上檢索日期:2012年12月22日,取自 http://www.npf.org.tw/post/2/4292#ftn1
- 臺中文化創意產業園區網站 (2012)。**園區介紹**。線上檢索日期: 2012 年 12 月 22 日, 取自 http://tccip.boch.gov.tw/tccp/main.php
- 臺中市文化資產管理中心 (2013)。中心簡介。線上檢索日期: 2013 年 7 月 15 日,取自 http://www.tchac.taichung.gov.tw/content/index.aspx?Parser=1,4,19
- 臺中市政府文化局(2013)。**草悟藝條通**。線上檢索日期:2013年4月28日,取自 http://www.culture.taichung.gov.tw/upload/270/20130415\_145033.75876.pdf

- 臺中市政府都市發展局(2012)。臺中州廳及其附屬建築群再利用案。線上檢索日期: 2012年12月24日,取自 http://www.taichung.url.tw/index.html
- 臺中市政府都市發展局 (2013a)。原大型購物中心專用區專案通盤檢討。線上檢索日期:2013年1月3日,取自 http://www.ud.taichung.gov.tw/
- 臺中市政府都市發展局(2013b)。臺中市體二用地都市更新案。線上檢索日期:2013 年1月3日,取自 http://www.t2.twmail.org/
- 臺中市政府都市發展局 (2013c)。變更臺中市都市計畫主要計畫 (不包括大坑風景區) (部分住宅區、商業區、停車場用地及道路用地為創意文化專用區)案。線上檢索日期:2013年1月23日,取自 http://www.ud.taichung.gov.tw/doud\_index\_c\_1\_a\_detail.aspx?Position=001300010008 0002&id=980724028
- 臺中市政府經濟發展局(2011)。中**臺灣核心產業群落之產學研培育平臺及加值計畫**。 臺中市:逢甲大學。
- 劉大和(2004)。我們為什麼需要文化創意園區?載於**創意空間:開創城市新地理學** (頁 88-104)。臺北市:典藏藝術家庭。
- 劉新圓 (2009)。**什麼是文化創意產業?**線上檢索日期:2013年1月28日,取自 http://www.npf.org.tw/post/2/5867
- 劉新圓(2010)。**文創法施行應考慮的問題。**線上檢索日期:2013年1月28日,取自 http://www.npf.org.tw/post/2/5867
- 劉毓玲(譯)(1993)。David Osborne & Ted Gaebler 著。新政府運動(Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector)。臺北市:天下文化。
- 劉維公(2003)。創意文化園區是強心劑?還是打錯針?**典藏今藝術,129**,102-105。
- 劉維公(2004)。Frost-Kumpf 藝術文化特區分類。載於**創意空間:開創城市新地理學** (頁 92-94)。臺北市:典藏藝術家庭。
- 蔡偉銑(2012,11月)。文化政策、文化創意產業與都會發展關係的檢視。論文發表於

- 2012年社會暨公共事務國際學術研討會-提升城市競爭力和治理能力,臺北市。
- 鄭竹修(2011)。**以地方居民觀點探討文化創意產業園區對地方發展影響之研究-以臺中文化創意產業園區為例**。朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文,未出版,臺中市。
- 黎易俊(2013)。**臺灣文化創意產業園區樣態及設置條件之研究**。朝陽科技大學建築及 都市設計研究所碩士論文,未出版,臺中市。
- 龍應台(2008,5月12-14日)。文化政策,為什麼?中國時報,人間副刊。
- 戴卓玫(2010)。還原古蹟空間美感的新「藝」象。**創意城鄉誌,sep2010**,40-44。
- 謝慧青(2003)。上下之間的迷思:談國內五大創意文化園區規劃現況。**典藏今藝術**, 129,109-111。

### 英文部份

- Beatriz, G. (2004). Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future. *Local Economy*, 19(4), p.312-326.
- Bertolini, L., & Dijst, M. (2003). Mobility environments and network cities. *Journal of Urban Design*, 8(1), p.27-43.
- Bianchini, F. (1993). Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience. Manchester: Manchester University Press.
- Graeme E. (2003). Hard-Branding the Cultural City From Prado to Prada. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), p.417-440.
- Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. C. (2005). Cultural industries and cultural policy. *International journal of cultural policy*, 11(1), p.1-14.
- Weihrich, H. (1982). The TOWS Matrix-A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15(2), p.54-66.
- Kong, L. (2000). Culture, Economy, Policy: Trends and Developments. Geoforum, 31, p.385-

390.

- Lewis, J., & Miller, T. (2003). Critical cultural policy studies: a reader. Oxford: Blackwell.
- Michela, A., & Nicola, S. (2011). Actor-network theory and stakeholder collaboration: The case of Cultural Districts. *Tourism Management*, 32(3), p.641-654.
- Santagata, W. (2002). Cultural Districts, Prooerty Rights and Sustainable Economic Growth. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), p.9-23.
- Scott, A. J. (2000). The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries. London: Sage.
- Scott, A. J. (2004). Cultural-Products Industries and Urban Economic Development:

  Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context. *Urban Affairs Review*, 39(4), p.461-490.
- Shahid, Y., & Kaoru, N. (2005). Creative Industries in East Asia. Cities, 22(2), p.109-122.
- Sharon, Z., & Laura, B. (2011). The Life Cycle of New York's Creative Districts: Reflections on the Unanticipated Consequences of Unplanned Cultural Zones. *City, Culture and Society*, 2, p.131-140.
- Sun, S. (2012). Cultural and Creative Industries and Art Education. *Physics Procedia*, 33, p.1652-1656.
- Flew, T. (2011). Culture and Creative Industries in Australia. *Taiwanese Journal of WTO Studies*, 18(1), 1-24.



附錄

附錄一:訪談邀約信與回函

敬啟者您好:

冒昧打擾,謹請 包涵!

敝人是在逢甲大學公共政策研究所任教的馬彥彬,目前正指導本所碩士生施仲訓的 學位論文,題目是「臺中文化創意產業園區發展策略之研究」。素仰 您學養豐厚,對 於文化創意領域有相當深入的瞭解,深盼能邀請 您撥冗接受學生的訪談,惠賜寶貴意 見,擴展該論文的廣度與深度,而能對臺中文創園區的發展有所貢獻。

若渥蒙 賜允,施仲訓同學會依照 您希望的時間與地點進行訪談,訪談時間約為 1小時,並在 您的同意許可下進行全程錄音。錄音資料只供本論文之研究分析,俟研 究結束後,錄音檔案將全部銷毀。至於研究結果的呈現,必定將所有可能辨識出個人身 分的資料予以隱匿或改造,以確保 您的隱私。

您的參與對本論文深具價值與意義,非常盼望得到 您的幫助。煩勞 您填寫後附 的回函,惠知方便的時間、地點與其他要求事項;如 您希望以書面方式提供指導,亦 極欣喜受納,施仲訓同學將儘速與 您聯絡。倘若 您有任何疑問,亦歡迎 您隨時聯 繋:施仲訓的手機 0932-000000,或 E-mail 至 000000000@gmail.com。

懇盼 惠允,感激不盡!並祝

順心如意

馬彥彬敬上

逢甲大學公共政策研究中心主任

2013年00月00日

			回	函					
一、參與本	研究的意思	顏							
□願意受訪	ī(請續填 <sup>-</sup>	下列資料)	□原	意提供書	面答覆(請	續填下列資	[料]		
□不願意									
二、您或聯	絡人的資料	<b>#</b>							
姓名:									
聯絡電話:									
E-mail:									
三、2013年00月00日至00月00日之間,您方便接受訪談的時間: (請選擇您方便的時段,以數字(1、2、3等)標明優先順序,並註明方便的日期時間與地點,非常感謝 您!)									
星期時段	_	=		<b>U</b>	五	六	日		
上午									
下午									
晚上									
四、您對於這個研究,還想知道的事,請臚列於下:									

謝謝您的回覆

臺中文化創意產業園區發展策略之研究

附錄二:訪談同意書

訪談同意書

本人同意參與研究者施仲訓先生之「臺中文化創意產業園區發展策略之研究」的看

法與意見,為保障本人的隱私與權益,研究者除遵守匿名與保密原則外,並與本人約定

下列事宜。

一、研究者在充分告知本研究的目的,並取得本人的同意後始可進行訪談。

二、訪談過程中,如有任何涉及個人隱私或不便他人知曉部分或不願回答或有不適回答

的情況出現,本人有權拒絕回答或退出訪談或停止錄音(影)。

三、訪談過程可全程錄音(影),若本人有需要,研究者需於本研究完成後彙整一份有

關此次訪談內容副本予本人。

四、訪談過程約為1小時,倘若有疏漏或不明確的部分,本人同意研究者再次約定下次

的訪談時間。

五、本研究訪談內容僅供研究者撰寫論文分析用,不作其他非學術性用途。

六、本同意書一式兩份,分別由受訪者及研究者各別留存一份。

受訪者簽名:

研究者簽名:

訪談日期:中華民國102年 月 日

### 附錄三:訪談大綱(公部門)

### 訪談大綱

- 一、臺中文創園區設立以來,是否達成預定的目標?為什麼?
- 二、依據目前的定位與營運管理模式,園區面臨最大的問題或困難是什麼?如何克服?
- 三、臺中文創園區應如何配合政府扶植文創產業的政策?是否需要轉型?如何做到?
- 四、政府在臺中文創園區的發展中扮演了什麼樣的角色?對於園區帶來何種影響?您認為政府角色及法令規範還有哪些需要改善的地方?
- 五、您認為臺中文創園區在臺中文化創意產業的未來發展中,應該扮演何種角色?如何 做到?
- 六、您認為何種文創產業類別或營運方式,最適合臺中文創園區的發展?
- 七、就臺中文創園區的整體發展,您認為目前的優勢和機會在哪裡?此外,劣勢與威脅為何?

## 附錄四:訪談大綱 (經營管理廠商)

### 訪談大綱

- 一、貴公司為何進駐園區?目前在園區內的營運績效如何?
- 二、貴公司在園區內營運的最大困難為何?希望如何解決?
- 三、您認為園區需要轉型嗎?如何轉型?
- 四、政府在臺中文創園區的發展中扮演了什麼樣的角色?對於園區帶來何種影響?您認為政府角色及法令規範還有哪些需要改善的地方?
- 四、您認為臺中文創園區在臺中文化創意產業的未來發展中,應該扮演何種角色?如何做到?
- 五、您認為何種文創產業類別或營運方式,最適合臺中文創園區的發展?
- 六、就臺中文創園區的整體發展,您認為目前的優勢和機會在哪裡?此外,劣勢與威脅 為何?

### 附錄五:訪談大綱(專家學者)

### 訪談大綱

- 一、您認為臺中文創園區的區位有何優缺點?這個區位對於園區發展有何影響?園區應該如何和週邊環境進行互動?
- 二、您認為園區週邊的重大建設會如何影響臺中文創園區的發展?如:鐵路高架捷運 化、臺中州廳再利用等,會是臺中文創園區的機會還是威脅?園區應該如何因應?
- 三、您認為臺中文創園區帶動了產業聚落的形成嗎?臺中文創園區未來應該如何結合產業聚落共同發展?
- 四、政府在臺中文創園區的發展中扮演了什麼樣的角色?對於園區帶來何種影響?您認為政府角色及法令規範還有哪些需要改善的地方?
- 五、當初園區定位為臺中文創園區的由來為何?此一定位目前是否需要調整?為什麼?
- 六、臺中文創園區目前的營運模式面臨哪些困難?應該如何改善?
- 七、就臺中文創園區的整體發展,您認為目前的優勢和機會在哪裡?此外,劣勢與威脅 為何?
- 八、您認為臺中文創園區在臺中文化創意產業的未來發展中,應該扮演何種角色?如何 做到?
- 九、您認為何種文創產業類別或營運方式,最適合臺中文創園區的發展?