

## 調 查 報 告

壹、案由：行政院文化建設委員會五大文化創意產業園區永續發展之成效與檢討乙案。

貳、調查意見：

民國（下同）84 年行政院文化建設委員會（以下簡稱文建會，將於 101 年 5 月 20 日升格文化部）在「文化產業研討會」中，首先提出「文化產業化、產業文化化」的概念與構想，並於社區總體營造計畫下輔導地方文化產業發展，開啟我國文化產業發展的先河。之後，在全球化風潮下，台灣產業面臨轉型與升級壓力，如何發掘並培育具潛力的新興產業，作為未來經濟成長動力，實為當務之急；91 年，行政院將「文化創意產業」列為「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之一，首次將「文化軟體」視為國家建設的重大工程，開始推動文化創意產業。文建會針對主管之「音樂及表演藝術產業」、「視覺藝術產業」、「工藝產業」及「文化展演設施產業」等四項藝文產業，以產業鏈概念，就「人才培育」、「環境整備」、「文化創意產業扶植」三面向進行思考，並提出文化創意產業第一期（92~96 年）發展計畫，推動「五大創意文化園區規劃設置」。又馬總統於 98 年 2 月 21 日「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中，指出「文化創意」是六大關鍵新興產業之一，行政院並於 98 年 5 月 14 日院會審核通過「創意臺灣-文化創意產業發展方案」。嗣後，99 年「文化創意產業發展法」經立法院審議通過，透過各項獎勵補助措施，培養藝文消費人口，擴大台灣文創市場。

鑑於文化創意產業已成為 21 世紀最熱門的產業，代表新價值及新經濟型態，而世界各先進國家均投入龐大資源，積極扶植發展，我國也不例外。特別是臺灣為多

元及民主開放的社會，教育相當普及，現今又兩岸開放，華文市場逐漸成形，文化創意產業的發展潛力無限，可謂是難得的契機。本院關心文建會五大文化創意產業園區永續發展之成效與檢討，爰立案調查，案經調卷；逐一訪視五大園區，並與在地「文化創意產業」工作者座談；舉行五場次諮詢會議，邀請文建會前主委陳其南教授、前主委黃碧端教授、前主委盛治仁教授、前副主委吳密察教授；匯川聚場張忘藝術總監、中華民國視覺藝術協會吳介祥副理事長、臺灣科技藝術教育協會駱麗真理事長、藝術工作者湯皇珍；國際新象文教基金會許博允董事長、法藍瓷創辦人陳立恆董事長、遠流出版公司王榮文董事長等專家學者出席與會，分別就討論題綱座談諮詢，提供建言；另約詢文建會林金田副主委等業務主管人員及前主委邱坤良教授。全案業調查竣事，謹提出調查意見如下：

一、文建會為推動文化創意產業業務主管機關，允宜對文化創意產業之政策與內涵，做更明確定位與闡釋，俾供遵循及引導產官學有效結合發展。

(一)探究文化產業(cultural industry)概念，係德國法蘭克福學派學者阿多諾及霍克海默(Adorno & Horkheimer)於1947年提出，用以批判資本主義將文化當成工業產品般的大量複製。而英國在1997年布萊爾領導的工黨政府執政後，開始將創意產業(creative industry)列為重要政策之一，英國文化媒體與體育部於1998年提出創意產業輪廓報告(creative industry mapping document)，文中正式提出「創意產業」一詞，我國「文化創意產業」(cultural and creative industry, CCI)概念即參考援引自此。然在84年時，文建會於社區總體營造計畫下輔導地方文化產業發展，便有「文化產業」

構想，期在產業基礎上納入文化元素，以促進地方發展；例如宜蘭縣蘇澳鎮白米社區以木屐工藝對象，邀集工藝匠師及社區居民，重起爐灶製造多樣化的木屐，除發揚傳統固有文化，也將現有文化傳承下去，即是「產業文化化、文化產業化」的具體體現。91年，政府正式將「文化創意產業」列為「挑戰2008：國家重點發展計畫」，於92~96年推動文創產業第一期發展計畫，規劃設置「五大創意文化園區」，再於97~102年推動第二期計畫。但「文化創意產業」與「文化產業」的概念內涵並不盡等同，例如影視戲劇文化內涵的挹注與提昇，以及餐廳朝美學境界發展，都屬「文化創意產業」的一環。而「文化創意產業」因與經濟產生連結，成為21世紀熱門產業，廣受各界重視。

(二) 審視「文化創意產業」的內容，文創產業第一期發展計畫包括整備文創產業發展機制等5項推動措施，計有28個子計畫；第二期計畫雖以電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業等六大旗艦產業為推動重點，但整體內容包括3大類別，16項次產業，目的事業主管機關涉及文建會、新聞局、經濟部、內政部，並由文建會擔負文化創意產業總體政策整合及協調的角色。由於「文化創意產業發展計畫」將文化、藝術及設計等相關產業，原分屬不同專業的行業，統籌在「創意產業」的概念下，又文化的定義廣泛，加上創意可以運用在任何的科技、技術之上，使得文化創意產業的範疇與定義相對模糊。

(三) 99年「文化創意產業發展法」通過，在資金挹注面，增匡列100億元，促進民間參與投資文創產業；新增中小型文創融資計畫；以補助與輔導連結文創

產業鏈，以及於租稅優惠面，協助文創業者自用機器設備免徵進口稅捐。期透過各項獎勵補助措施，培養藝文消費人口，擴大台灣文創市場。但由於文化創意產業在台灣仍屬新興產業，產業的概念與形態仍在形成中，有待進一步的研究整理與釐清，以致在發展定位、策略，資金挹注、分配，以及各項獎勵補助措施上，引起重視與不同看法。

(四)綜上，文建會推動文創產業政策已5年，如何更加凸顯呈現，讓社會各界瞭解認識，則有待更完整的討論，以及全盤的思考與掌握。是以，文建會身為文化創意產業業務主管機關，允宜對文化創意產業之政策與內涵，做更明確定位與闡釋，俾供遵循及引導產官學有效結合發展。

二、五大文化創意產業園區各具發展特色，但隸屬定位、權責範圍、員額編制及法規依據，有待更明確釐清與法制化，俾建立統整、有效能之推動機制。

(一)文建會於92~96年期間，推動文創產業第一期發展計畫，逐步完成「五大創意文化園區」之土地移撥、都市計畫變更、建物整修及基礎環境整備等相關工作。嗣後為配合行政院「創意臺灣—文化創意產業發展方案」，文建會修正第二期計畫，將「創意文化園區計畫」納入該方案「環境整備」計畫項下執行，修正為「產業集聚效應計畫」(97~102年)，以五大創意文化園區為基地，整合北、中、南、東各區域環境內相關文創資源及據點，並以文創產業軸帶概念，進行產業串連，促使產業產生群聚效應，達成資源、人力或技術互相支援，激盪創意、整合資源。

(二)文建會為永續經營五大文創產園區，在第二期計畫將各園區分別定位為：華山園區為「文化創意產業

、跨界藝術展現與生活美學風格塑造」，以「酷(時尚、前衛、實驗)」與「玩(玩樂、享樂、娛樂)」為規劃主軸，突顯華山園區做為跨界創意的發揮空間，扮演媒合跨界藝術、產業互動的場所，建構異業、異質交流結盟的平台，並發展成文化創意產業人才的育成中心；花蓮園區為「文化藝術產業與觀光結合的實驗場域」，建構花蓮園區為傳統及現代融合之空間，強調「生態」、「生產」及「生活」並重的「東部文化櫥窗」，整合花蓮豐沛之人文與自然觀光條件，推動文化觀光產業及創意生活產業，達成活化舊市區、再造花蓮洄瀾夢土之願景；台中園區為「台灣建築·設計與藝術展演中心」，以建築、設計與藝術為主體，其主要用意在於促成台灣與世界建築設計產業之接軌，強化建築與設計之專業領域，培養全民空間美學，並提升台灣成為亞洲創意設計產業之重鎮；嘉義園區以「傳統藝術創新」為主軸，結合酒文化產業為基礎，實踐傳統技藝與傳統技術之轉型及創新，文建會針對嘉義園區之推動策略，將以「酒文化產業」為基礎，結合南部地區傳統工藝、當代藝術、藝術家資源及表演藝術資源，發展酒文化及傳統藝術創新之園區；台南園區則為「台灣創意生活產業發展中心」，發展「文化生活與產業環境之整合創新平台」。該園區位於台南市，有多元的歷史文化及豐沛的觀光資源，園區面積雖不大，卻位居樞紐、緊鄰台南火車站，實為其具有發展潛力的關鍵。據上顯示，五大園區已各具發展主軸與特色。

(三)然本案調查發現，五大園區並無固定員額專責經管事宜，現階段係因應計畫業務需要，調整人力（或以勞務採購人力）推動園區工程執行及經管事宜，

文建會現有 6 名工程人員、4 名經管人員（部分人員尚需兼辦其他業務）負責華山、花蓮、嘉義、台南園區工程執行及園區經管業務；另台中園區則由文化資產總管理處籌備處調派人力兼辦園區工程及經管業務。而辦理之法規依據，係分散於行政院各項核定計畫之中，缺乏統整與一致性：92 年 2 月 6 日行政院院臺文字第 0920003725 號函核定「文化創意產業發展計畫」；97 年 1 月 11 日行政院院臺文字第 0970080897 號函核定「行政院文化建設委員會文化創意產業發展第二期計畫」；98 年 5 月 14 日「創意台灣－文化創意產業發展方案」獲行政院院會通過；98 年 10 月 23 日行政院院臺文字第 0980051236 號函核定「行政院文化建設委員會文化創意產業發展第二期修正計畫」；99 年 6 月 23 日經建會召開 100 年度文化次類別預算複審會議之決議，將文建會國立台灣美術館典藏庫房擴建工程計畫納入本計畫中執行，故再度提出「行政院文化建設委員會文化創意產業發展第二期」第二次修正計畫；99 年 10 月 7 日行政院院臺文字第 0990056023 號函核定「行政院文化建設委員會文化創意產業發展第二期第二次修正計畫」。

(四) 綜上，五大文化創意產業園區各具發展特色，但隸屬定位、權責範圍、員額編制及法規依據，有待更明確釐清與法制化，俾建立統整、有效能之推動機制。

三、文建會對五大文化創意產業園區之經營管理，朝委外規劃辦理之際，也需體認各園區之營運條件與模式各不相同，需因地制宜，並體認各園區係「原創力基地」、「激發創新及創意的推手平台」，不可偏離五大文化創意產業園區之原始目標與主軸。

- (一)目前五大文化創意產業園區除繼續辦理未完成之建物修繕及環境整備工程外，經營管理係朝委外（ROT、OT、BOT）方向規劃辦理，以促參案積極引入民間參與公共建設，各園區委外經營管理情形如下：
- 1、華山園區：已完成 OT、ROT 案，另有關「徵求民間自行規劃申請參與投資華山創意文化園區文化創意產業旗艦中心興建營運移轉計畫（BOT）」業於 99 年 8 月完成招商簽約。
  - 2、花蓮園區：97 年至 99 年，以政府採購方式委由專業團隊進駐經管園區。已於 100 年 9 月 22 日簽約完成「花蓮文化創意產業園區整建營運移轉案（ROT）」案，並於 101 年 1 月由經管團隊進駐。
  - 3、台中園區：現由文建會文化資產總管理處籌備處自行管理，全區委外前置規劃作業計畫已完成可行性評估報告書，其中「文化創意商店（S01）」以逕予出租方式委外，已與廠商簽約，預計於 101 年 5 月正式營運；「文化創意主題餐飲空間（B01）」以公開標租方式委外，已與廠商簽約，預計於 101 年 5 月開幕；「藝文展覽館（B03）」以 OT 方式委外，已與廠商簽約，預計於 101 年月開幕。
  - 4、嘉義園區：98 年迄今，係委由嘉義市政府文化局代管。嘉義園區經辦理促參可行性評估案後，評估園區自償性不足，後續將在原有定位下規劃以分區方式委外經管，俾加速園區產業發展。
  - 5、台南園區：園區全區進行整建中，現刻正辦理促參委外招商公告中，預定於完成促參招商後委外經管。

(二)但本院訪查華山園區座談會時，臺灣科技藝術教育協會駱麗真理事長認為：「自華山園區 ROT 營運以後，因園區場租較高，文創團體負擔沈重，故到園區展演的機會變得較少。視覺藝術在華山文創園區所佔比重與空間使用分配，比較不足與欠缺，以致視覺藝術團隊對園區的運作，較無法參與著力。文化創意產業發展法第 25 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』的立法意旨，請主管機關能闡釋更清楚，並加以重視。」，中華民國視覺藝術協會何孟娟副理事長也呼籲：「華山定位為文創產業園區，故應著重文化產品的欣賞與消費，而不是餐廳營運與商業消費，過度商業化發展，雖能達成 ROT 的營運要求，滿足自給自足的假象，但文化 ROT 實質上不應也不能賺錢。」，匯川聚場張忘藝術總監也說：「…，ROT 廠商應結合原來草創時期的視覺藝術家，共同規劃發展，才能真正面對問題。華山文創園區不要發展成為世貿四館，要集思廣益，找到問題核心；華山的文創產業發展，並不一定要賺錢繳國庫。華山文創園區應盡量思考達成藝術家的需求。」，東吳大學劉維公副教授即期許：「臺灣文創發展公司為華山文創園區 ROT 廠商，應積極思考更具前瞻性、原創性、實驗性的經營模式，如何在原創與商業活動之間，尋求平衡點。」，臺灣文創發展基金會林雨婕副執行長則回應：「園區經營也需考量人事、水電等營運成本，辛苦艱困非外人所能瞭解。華山文創園區希望以商業性發展，結合支持文創團體的實驗性、原創性成長。」；另訪查台中園區座談會時，寰宇廣告公司林琍總經理亦建議：「園區不要過度 OT，才



能保有現在特色，不致過度奢華。」

(三)再參照遠流出版公司王榮文董事長於本院諮詢會議之意見：「95年本人到韓國參訪坡州出版城(Paju Bookcity)，將生產、生態、生活合而為一，因政府要求進駐廠商及建築師，都要簽署一份『完美合約』，抑制建築師部分主觀想法，強調使用環保建材，不能上漆，一樓必須作為書籍的開放展示間；同時，建築與建築之間，儘量保留環境濕地原貌，即使因此讓蘆葦蔓長而顯雜亂也在所不惜；建築外圍若需植樹造景，都得是從附近尋鶴山搬下來的原生樹種。另坡州出版城隔壁的藝術村，也是採相同的規劃理念，一樓都規劃為藝術品展示的公共空間，二、三樓以上才是藝術家個人創作的私人空間，將文創產展示與藝文團隊創作空間結合起來。本人回國後提出『我國出版產業園區可行性研究』參訪報告，並以此為基礎概念，參加華山文創園區的ROT及BOT工作。又例如大陸房地產業者也結合文創概念，推出所謂的『文創地產』，亦即將文創結合作為房地產的包裝。」，顯示委外經營廠商正確理念的重要性。

(四)五大文化創意園區委外經營管理以後，若過度偏重商業營運取向，導致表演藝文團體在空間使用上，受到限制，乃至形成衝突，此或是文建會對於委外權責未能妥適劃分及掌握的結果。但這是兩難的問題，因文建會如未介入五大園區的整建，進而委外給廠商營運，可能無法永續發展，可是五大園區委外後，卻對原來藝文團體空間使用造成限制，甚至被質疑不符文化創意產業發展法第25條的立法意旨。是以，文建會對五大文化創意產業園區之經營管理，朝委外規劃辦理之際，也需體認各園區之營

運條件與模式各不相同，需因地制宜，並體認各園區係「原創力基地」、「激發創新及創意的推手平台」，不可偏離五大文化創意產業園區之原始目標與主軸。

四、政府為妥善引導國家發展基金投資文化創意產業，俾發揮最大效用，可考量協助藝術家成立微型公司，予以租金減免、設備補助，藝術家才能受惠於文創產業投資資金，進而形成群聚。

(一)按文化創意產業發展法第 8 條規定：「政府應致力於發展文化創意產業，並保障其發展所需之經費。」，又同法第 9 條規定：「國家發展基金應提撥一定比例投資文化創意產業。前項投資之審核、撥款機制與績效指標等相關事項之辦法，由中央主管機關會同相關目的事業主管機關定之。」，是以，文建會評估文化創意產業發展法通過後，對於文創產業發展的影響，在資金挹注面，將會有 1、另增匡列 100 億元，促進民間參與投資文創產業。2、新增中小型文創融資計畫。3、以補助與輔導連結文創產業鏈等 3 項影響。

(二)但在文建會即將於 101 年 5 月 20 日升格為文化部之際，卻有媒體報導質疑：「台灣現在的文化是『入超』，台灣文化創作已被日、韓、歐美等國入侵、淹沒，政府若認為只拿出百億資金，就能製造、救活台灣的文化創作，讓台灣文化飛出去，無疑是緣木求魚。」、「沒有文化創作，哪來的文化事業，自然也興不起文創產業熱潮；將來的文化部，不能只靠預算花在舊工廠改建成文化園區等硬體，及靠補助創投拍幾部國片，就說可讓台灣的文化變成翅膀飛出去。」、「文創產業是不能揠苗助長、用錢就可堆積而成；…關鍵在，創作一定要被保護、被

鼓勵，讓創作者得到一些實質的回饋，文化創作才會持續，才能聚沙成塔，形成一股推動文創產業的助力。」。而藝術工作者湯皇珍出席本院諮詢會議時，也有相同疑慮與陳訴：「文創產上、中、下游中，上游藝術生產者拿不到文創資金，中游廠商獲益最大；若以英國文化創意產業發展之同心圓概念來分析，ROT 廠商與藝術創作者有其相互共容關係，但 ROT 廠商不能傷害核心藝術創作者，文化無法『市場化』的部分往往是最核心與最根本的，也是文化主事者要致力保護與促成的。而目前 ROT 廠商已傷害核心創作者，以致產生衝突。且中間 2 層的核心創作領域及文化產業等，並未受到文創產資金的幫助，以致造成藝術家無創作展演場地，獲益的都是 ROT 廠商」。湯皇珍並剴切建議：「政府應協助藝術家成立微型公司，予以租金減免、設備補助，藝術家才能受惠於文創產資金，進而形成群聚。例如永康街、青田街、龍泉街（簡稱康青龍）以及捷運中山站附近，都已形成非常有特色的藝術家群聚，但都未獲政府補助。」。

- (三) 在文化、文創與文創產業間夾纏不清的文化創意產業政策，是文化主管機關的困擾，也對原創性展演團體產生困惑；但文創或者文創產業是否如文化創作團體所質疑的存有諸多重大問題？畢竟在今天的環境下，沒有市場的實際支持，很多文化藝術難以永續經營發展，即使是最核心、純粹的藝術創作者，也需要收藏家的支持。此兩難困境，誠如法藍瓷創辦人陳立恆董事長在本院諮詢會中的分析：「文化創意產業如何市場化才是重點；…本人認為文化資本最重要，有文化品味，才能帶動形成文化創意產業，讓整體產業普及化…。」、「台灣文化人很

自我，但文創產是設計師，需無我，且需消費群導向。雖然藝術領導產業，但產業才是文化的推手。文化內涵是真善美，要具有感情，要能打動別人，所以藝術與產業的差別很大；文化具有包容性，且要具有足夠的創造力與影響力。」，而國際新象文教基金會許博允董事長有見及此，於本院諮詢會中誠懇呼籲：「文化創意產業本質應該是文化、文創與文創產業三件事，並應分別推動發展。文化是根基，產業獲得的利潤要回饋文化，不能讓文化熄火。大格局的開創性創意，並不容易、不簡單，一般都是小創意，革命家所做的便是大創意的事，但很寂寞。產業要能支持藝術家，所以領導者的認知要正確，不能反而淹沒文化源頭，壓迫藝術家。」。是以，政府如何妥善運用國家發展基金投資文化創意產業，在文化、文創與文創產業之間，共創三贏，發揮最大效用，已是無可迴避的重要課題；而考量協助藝術家成立微型公司，予以租金減免、設備補助，讓藝術家受惠於文創產投資資金，進而形成群聚，當是重要的施政方向之一。

五、92年迄今，文建會推動五大園區，已挹注可觀經費，但成效侷限於硬體環境之整備，軟體充實及輔導廠商進駐等產業集聚建構工作，尚有待充實與加強推動。

(一)文建會於92~96年其間，推動第一期計畫，逐步完成園區之土地移撥、都市計畫變更等相關作業；在軟體規劃上，文建會陸續進行五大園區整體發展計畫、區域產業調查研究案，並先後辦理「區域文化產業資源及現況調查」研究報告及文化創意產業園區發展論壇等計畫案；在硬體規劃部分，因舊酒廠長期閒置致園區廠房建築物毀壞皆相當嚴重，於完成各園區整體發展計畫後，即於93年開始持續進行

五大園區既有建物之整修及基礎環境整備工作，然園區建物都屬早期老舊建物，部分建物甚至無建築執照、使用執照，致建物整建過程中因應都市、建築、文資、消防等法規之檢討，往往面臨許多待克服的問題，需耗費較長的時程。

(二)然審視五大園區，92年推動迄今，第一期計畫之創意文化園區經費合計約14億6千萬元，但大部分投入華山及台中園區進行各項修繕工程，其中華山園區佔57%，台中園區佔18%，而嘉義園區佔11%、花蓮園區佔11%以及台南園區佔3%，使得在執行成效上以華山及台中園區較為顯著，另整體經費中資本門（硬體建設投入）佔76%，經常門（軟體投入）則佔總經費24%，第一期計畫重點主要著重於園區建物修繕與環境整備工作，詳表1。至於第二期計畫各園區預算編列合計約35億7千萬元，其中台中園區佔27%，華山園區佔18%，嘉義園區佔18%，花蓮園區佔18%，台南園區佔12%以及五大園區管理發展（綜合業務）7%。在整體經費中資本門（硬體建設投入）佔54%，經常門（軟體投入）則佔總經費46%，詳表1。

(三)綜上，檢視五大園區總經費挹注及分布情形，92年迄今，文建會推動五大園區，已挹注可觀經費，但成效侷限於硬體環境之整備，軟體充實及輔導廠商進駐等產業集聚建構工作，尚有待充實與加強推動。

表1、第一期（92-96年）五大創意文化園區經費編列表

單位：千元

	92年	93年	94年	95年	96年	合計
華山園區	284,500	184,074	99,235	182,014	88,653	838,476

花蓮園區	4,500	8,602	14,012	50,986	76,549	154,649
台中園區	4,000	68,040	17,523	101,121	73,500	264,184
嘉義園區	4,500	9,862	3,030	11,474	133,002	161,868
台南園區	2,500	4,022	200	4,405	31,500	42,627
合計	300,000	274,600	134,000	350,000	403,204	1,461,804

表 2、第二期（97-102 年）五大園區經費編列表

單位：千元

	97 年	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年	合計
五大園區 管理發展	10,518	26,591	25,268	20,500	58,500	58,485	199,862
華山園區	24,783	84,767	99,648	150,285	220,090	127,974	707,547
花蓮園區	113,100	106,064	68,315	195,000	319,000	136,650	938,129
台中園區	97,936	59,437	101,087	144,560	162,000	100,500	665,520
嘉義園區	34,369	48,347	84,807	187,123	261,823	130,500	746,969
台南園區	20,407	22,705	50,082	41,532	114,500	69,500	318,726
合計	301,113	347,911	429,207	739,000	1,135,913	623,609	3,576,753

六、五大文化創意產業園區分布北、中、南、東各區域，文建會允宜協助五大園區與地方順暢溝通，俾結合在地機關及文化工作者，一起參與五大園區之發展。

(一)文化創意產業的發展，取決於文創人才與資源的不斷投入，才能開創出新特色，所以五大文化創意產業園區必須結合在地觀光、文化及人才，才能營造成一個有特色、有創意的場域。而五大園區基地分屬臺北市、台中市、嘉義市、台南市及花蓮縣轄區，故需以文創產業軸帶概念，對區域內相關文創資源、據點及人才，進行緊密結合與產業串連，促使

產業產生群聚效應，激盪創意。而如何與地方順暢溝通，結合在地機關及文化工作者，一起參與五大園區之發展，推動跨業別之整合，進而達成文創產業整體區位之發展，提昇產業競爭優勢，便是相當重要的課題。

- (二) 本案實地訪查各園區座談時，在地「文化创意產業」工作者有甚多相關呼籲與建議，例如台中園區訪查座談會寰宇廣告公司林琍總經理呼籲：「園區可結合台中商圈、鄰里人士等周邊資源，將更能爭取在地的認同。」；嘉義園區訪查座談會螺陽文教基金會何美慧執行長建議：「據本人對雲嘉地區的瞭解，傳統藝術並不是在地最大產業，農業才是在地最大產業。而農業也可是文創產業的一環，所以希望農業及相關工藝可以成為嘉義文創園區發展特色之一。」，台南園區訪查座談會白河陶坊林文嶽館長認為：「文創發展要考量在地特質，之前社區總體營造促成地方發展，現進一步跳躍提昇為文創產業。而台南具有柔性的在地特質。」，台南藝術大學音樂藝術學院井迎瑞教授亦認為：「以臺北觀點決定南部政策，會有偏頗，導致資源分配不均。文創產業六大旗艦計畫與台南藝術大學發展領域很吻合，如何結合地方政府及在地學校，形成產官學合作，值得思考。」，而藝術工作者康文玲更直接指出：「將在地文化資產轉化為文化生活，才會成功。各地園區成效評估完全不同，南北差異很大，要正視。台南街區已有許多創意產業，例如有 50 位在地設計師逐漸形成群聚，並推出優質的創意產品，便相當有特色，相當成功。」，另臺灣吉而好公司侯淵棠總裁建議：「將現有地方產業特色結合，推展延伸至國際，即是文創產業最好的發展。」；花

蓮園區訪查座談會花蓮美術協會林秀菊理事長期盼：「希望花蓮文創園區能呈現生活美學，並可思考如何協助在地文創業者建立自我品牌。」，東華大學藝術創意產業學系萬煜瑤主任剴切建議：「花蓮文創園區 ROT 廠商太魯閣文化創意公司，需逐步調查找出花東在地的藝術工坊、文創業者、地方特色產業乃至與在地學校合作，建立步驟，逐步連結，並藉由大型展示之辦理與聚結，進而發展出地方特色的文創產業。」，花蓮縣政府文化局吳進書局長則代表地方民意建言：「太魯閣文化創意公司需代表園區，與地方機關加強溝通互動，以增進相互瞭解。因園區對地方發展很重要，所以各界對園區有很大期望。如何落實園區的推動執行以及效益評估，非常重要，因此建議：成立推動小組，納入產官學研；績效評估委員會需納入在地人士；儘速舉辦公聽會，公開讓各界瞭解園區推動概況。」。

(三)五大文化園區分布北、中、南、東各區域，且文化创意產業又源自社區總體營造；是以，文建會允宜本由下而上精神，協助五大園區與地方順暢溝通，俾結合在地機關及文化工作者，一起參與五大文化创意產業園區之發展。

七、文化创意產業內容廣泛，目前雖由文建會擔負文化创意產業總體政策整合及協調的角色，但推動事權實質上涉及甚多相關部會，故仍有待跨部會精細分工及協調統合，以利業務有效推動。

(一)92 年至 96 年期間推動之文化创意產業發展第一期計畫，包括整備文創產業發展機制、設置文創產業資源中心、發展藝術產業、重點媒體文化產業、臺灣設計產業等 5 項推動措施，計有 28 個子計畫。文化创意產業發展第二期計畫則以六大旗艦產業為推



動重點，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業，其中由文建會負責工藝旗艦產業，其餘旗艦產業項目則分別由新聞局及經濟部專案推動。若再予以細分，文建會負責藝文類，尚包含視覺藝術產業、音樂及表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業等此產業；新聞局負責媒體類，尚包含電影產業、廣播電視產業、流行音樂及文化內容產業、出版產業、廣告產業等次產業；經濟部負責設計類及數位內容，包含產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、創意生活產業、數位內容產業、建築設計產業、其他經中央主管機關指定之產業等次產業。而第二期計畫於修正後，又增加文創產業基礎調查、文創投融資機制建立、文創經紀制度推動、臺灣文創品牌打造、五大創意園區產業聚集效應等環境整備之基礎工作項目。

(二)隨著文創產業發展方案各項策略之落實，文建會之角色亦隨之轉換，成為文創產業政策主政單位，負責文創政策研擬與統籌、文化創意產業調查統計資訊、產業諮詢與輔導等業務。然而文建會在成為主政機關後，除部分業務與經濟部文化創意產業推動小組辦公室間之銜接，需進行跨部會協調外，第二期計畫亦有甚多事項需相關機關配合，例如經建會、工程會、主計處、研考會等相關部會需配合計畫核定及經費編列；國立臺灣工藝研究所、國立臺灣美術館、國立臺灣交響樂團、國立故宮博物院、地方縣市政府則負責計畫執行；而計畫協調涉及之部會有經濟部、教育部、行政院新聞局、行政院國家發展基金管理會等。

(三)按文化創意產業內容廣泛，包括電視、電影、流行

音樂、數位內容、設計及工藝等六大產業，而文化創意產業發展計畫第二期計畫更增加文創產業基礎調查等環境整備之基礎工作項目，雖文建會由過去僅負責主管之四項藝術產業，轉為文化創意產業總體政策整合及協調的角色，但推動事權實質上涉及經建會、工程會、主計處、研考會；經濟部、教育部、新聞局等相關部會，以及國立臺灣工藝研究所、國立臺灣美術館、國立臺灣交響樂團、國立故宮博物院、地方縣市政府等相關機關，故仍有待跨部會精細分工及協調統合，以利業務有效推動。

八、行政院相關部會允宜在目前基礎上，有系統實地參訪國外文化創意產業發展經驗與案例，以增進對國際上成功案例之掌握與瞭解，俾資借鏡參考，並有效結合產官學，打造台灣文化創意品牌，進行國際行銷。

(一)文化創意產業已成為 21 世紀最熱門的產業，代表新價值及新經濟型態，而世界各先進國家均投入龐大資源，積極扶植發展。在這場以文化及創意為籌碼的國際競賽中，我國除有效結合產官學資源外，如何借重國外先進國家成功經驗，並深入瞭解及掌握國際文創產業發展趨勢，是相當重要的課題。文建會前主委陳其南教授於本院諮詢會議指出：「當今英國、澳大利亞、韓國等國家，推動文化創意產業，成效還不錯，日本雖無形式上的文創產業政策，但實質上推動也很成功，例如日本將 Hello Kitty 行銷的很好，便是文創的成功案例」，另前主委盛治仁教授亦指出：「英、法兩國的文創產業發展過程與結果，都是可供臺灣參考借鏡，例如法國非常重視文化藝術的發展，因此長期挹注經費，便很值得學習，另法國第一任文化部長馬樂侯（André Malraux, 1901-1976）曾說，法國 44 個部會都是文

化部的化身，都是在從事文化事業的文化部，本人相當認同此概念，便以此與文建會同仁共勉，更積極與外交部等進行跨部會合作，推動台灣文創產的國際交流與行銷。」

- (二) 臺灣文創產業屬微型產業，比較欠缺行銷與產業扶植，如能跨領域整合，進行策略聯盟，應可激發新的文化創意，若再進行產業鏈的整合，當可提昇文創產品的價值，以及打通行銷管道；將創意、生產、行銷結合，發展新的文創產業。是以，如何打造台灣文化創意品牌，與國際接軌，進行國際行銷，是政府推動文化創意產業，非常重要的行銷課題。近年在相關部會的努力下，已逐步見到成效，例如經濟部工業局支持成立「原創達人創作同盟」，簡稱 OCC(Original Content Creator)，匯聚近 80 件作品，建立藝術創作者與市場溝通的商業平臺；並由美國 Microsoft 公司透過該平臺，選出 8 位臺灣原創藝術家之創作、9 件 Win7 佈景主題，成為微軟個人化設定桌布之選擇，並同步於美國、愛爾蘭、印度、義大利等 16 國上線，下載量超過 300 萬人次，讓臺灣原創躍上國際，增加臺灣原創國際能見度。又例如臺灣工藝時尚計畫 Yii 品牌，是工藝中心與臺創中心共同合作「工藝時尚計畫」時所創立的品牌，也是臺灣首次以公部門的力量，建立臺灣工藝產業優質意象品牌。而 Yii 品牌的成功絕非偶然，準確掌握國際工藝發展趨勢及產官學界的投入，為重要關鍵，工藝中心更自我期許，未來將朝向設置 Yii 品牌旗艦店與正式量產研發產品而努力。
- (三) 綜上，行政院相關部會允宜在目前基礎上，有系統實地參訪國外文化創意產業發展經驗與案例，以增進對國際上成功案例之掌握與瞭解，俾資借鏡參考

，並有效結合產官學，打造台灣文化創意品牌，進行國際行銷。

參、處理辦法：

- 一、抄調查意見函請行政院及文化建設委員會檢討改進見復。
- 二、檢附派查函及相關附件，送請教育及文化委員會處理。

調查委員：黃煌雄

中 華 民 國 101 年 5 月 2 日  
附件：本院 100 年 2 月 17 日院台調壹字第 10008000540 號函  
暨相關案卷宗。