

97 年人文教育革新中綱計畫  
子計畫三 人文領域人才培育國際交流計畫

【國際研討會】

2008

藝術文化產業經營管理國際研討會

期末成果報告

指導暨補助單位：教育部

指導單位：教育部顧問室人文領域人才培育國際交流計畫辦公室

執行單位：國立臺北教育大學文化產業學系暨藝文產業設計與經營碩士班

計畫主持人：林炎旦 教授兼院長

執行日期：97 年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止

中華民國 98 年 1 月 19 日

# 目 次

一、計畫名稱.....	1
二、計畫目標.....	2
三、執行情形.....	4
(一) 活動執行情形	
(二) 學術活動舉辦情形	
(三) 參與人數統計	
四、經費運用情形.....	60
五、執行成果分析與檢討.....	61
六、結論與建議.....	63
七、附錄.....	64
(一) 報名網頁及成果網頁樣式	
(二) 學員清單	
(三) 研習課程精華	
(四) 分工及人力配置	

## 一、計畫名稱

### 2008 藝術文化產業經營管理國際研討會

## 二、計畫目標

### (一) 活動緣起

臺灣文化創意產業發展從 2002 年的「挑戰 2008 國家重點發展計畫」至今，2008 即將過去但新挑戰與問題接踵而來，值得與國際學界作進一步之探討與觀察。放眼未來，「文化創意產業」做為文化政策的使命與國家發展的願景，重點不在於產業的提升和產值的追求，而是期許透過「文化創意產業」的基礎建設投資，讓台灣社會脫胎換骨。面對這個時代趨勢，文化創意產業扛著比過往更重大的使命，也必須用新的眼光，重新進行的角色定位。

本所「國立臺北教育大學藝文產業設計與經營研究所」，以促進文化創意國際學術交流發展為志業，以及秉持著培育文化創意產業人才的熱情，欲積極邀請國際學者專家，規劃辦理「2008 藝術文化產業經營管理國際研討會」，以拓展臺灣與國際文化創意產業之交流，內容針對全球 8 國（美、日、韓、英、澳、法、香港、新加坡）之文化創意產業沿革發展、政策法規、現況問題、組織類型、規模經費、經營管理、行銷創意、特色優勢、發展趨勢、案例分析等進行專題討論。分別以（1）專題演講、（2）成果書展，兩種形式雙管齊下。希望藉由國際學者來台的交流，豐富台灣研究生的知識，並培養寬闊的國際觀，並透過豐富而多元的研討討論和活動參與，促進臺灣有志投入文化創意產業者，與國際專家學者進行切磋與交流，以激盪出更多的學術火花。

透過此次機會，瞭解彼此的文化及思維，凝聚彼此的共識。期能藉此國際學術交流建立新典範，啟發更多團體延伸更多國際交流機會，並藉著與國際學者專家們的面對面接觸，促成後續交流活動的規劃辦理。建立雙方的情誼，搭起一座友誼與互信的橋樑。

### (二) 計畫目標

為加強國際文化創意產業人才培育上的交流，以及未來視野跨及全球的胸襟，本所秉持過去辦理國際學術交流發展的熱情，將主動邀請國際學者專家，規劃主辦「2008 文化創意產業前瞻與革新國際研討會」，積極促進台灣研究生對全球

的文化創意產業發展現況及相關的新興議題有所瞭解，本活動目的如下：

- (1) 透過國際研討會學者專題演講，認識各國文化創意產業發展脈絡與政策。
- (2) 藉由各國學者的分享與介紹，引進國際經驗與思維，瞭解各國文化創意產業之經營管理模式與行銷策略，啟發我文化創意產業經營管理之多元思維。
- (3) 與各國學者專家建立後續合作交流之情誼與管道。
- (4) 創新我國文化創意產業創新發展之人才培育方針。
- (5) 提供文創產業相關論述發表機會，促進文化創意產業管理學科的發展。
- (6) 提供各界文化創意產業人士交流的學術平台，協助專業人才的養成。



### (三) 計畫內容

邀集美、日、韓、英、澳、法、香港、新加坡等 8 國相關部門、專家學者、產業傑出人才與研究生，針對文化創意產業之發展現況、相關議題等，進行學術交流、經驗分享，以及意見交換。

- 活動期間：  
中華民國 97 年 11 月 29、30 日
- 活動地點：  
國立臺北教育大學藝術館國際會議廳
- 主持人學經歷及著作一覽表：

中文姓名	林炎旦	英文姓名	LIN YAN-DAN	
出生年月日	1962 年 11 月 26	性別	男	
主要學歷				
畢業學校	國別	主修學門系所	學位	起迄年月
國立臺灣師範大學	中華民國臺灣	工業教育研究所	博士	1993/9~1997/06
國立臺灣師範大學	中華民國臺灣	工業教育研究所	碩士	1990/9~1992/06

國立臺灣師範大學	中華民國臺灣	工業教育學系	學士	1982/9~1987/06
現職相關之經歷				
服務機關	服務部門	職稱	起迄年月	
國立臺北教育大學	人文藝術學院	院長	2008/8~	
國立臺北教育大學	創新育成中心	主任	2007/8~	
國立臺北教育大學	藝文產業設計與經營研究所	所長	2005/9~2008/8	
國立臺北教育大學	藝文產業設計與經營研究所	教授	2005/9~	

## 整體效益

### (1) 學術性效益

- 提供國際化的交流平台，辦理國際學術研討會，擴大師生視野，建立良性競爭機制，提升師生國際觀。
- 擴增國際交換學生研習機會，鼓勵學生赴國外進修學習，以增廣見聞，吸收新知，提升就業與升學之競爭力。
- 增進國際對臺灣的認識及瞭解，促進各國學術、文化與思維的交流。

### (2) 社會性效益

- 增進社會大眾對文化創意產業的瞭解與重視。
- 藉由本研討會，創新文化創意產業之經營管理思維。

### (3) 文化性效益

- 提昇台灣之文化與教育形象。
- 增進國際對台灣文化創意產業的認識與瞭解。
- 提供產業間交流的機會，期許文化上、創意上的新火花。
- 拉近藝術與民眾的距離，推展藝術生活化與生活藝術化。



## 單位效益

(1) 對指導單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 落實推動文化創意產業人才培育與國際交流計畫。</li> <li>● 提升全國院校師生與民眾對主辦單位的瞭解與認識。</li> </ul>
(2) 對主/承辦單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 本計畫執行過程，可強化藝文所之形象與知名度。</li> <li>● 本計畫執行過程，可累積學術與實務結合之經驗。</li> </ul>
(3) 對學術界	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提供莘莘學子更多學習、交流機會。</li> <li>● 透過研討會的研習與討論，培養國內文化創意產業之生力軍。</li> </ul>



### 三、執行情形

#### (一) 活動執行情形

國際專家學者名單一覽表：

國家	姓名	單位職稱	講題
英	<b>Selina Fellows</b> 博物館、古蹟與文創產業的商品開發策略，merchandising & retail 諮商顧問 SFellows6a@aol.com	英國市場與行銷顧問公司 Retail & Marketing Consultancy資深顧問	英國文化部門的商品開發與市場趨勢
美	<b>Monroe Denton</b> monroedenton@gmail.com	紐約市藝術資源聯盟執行長 /紐約市視覺藝術學院教授	民主精神下的藝術、美學與經濟發展

日	<b>Kazuko Goto 後藤和子</b> kazu-goto@nifty.com	日本文化經濟學期刊主編、 琦玉大學經濟學系教授，日 本文化經濟學協會副會長	日本創意產業的實 力與挑戰
法	<b>Anne Gombault</b> anne.gombault@bem.e du	歐洲藝術文化管理 BEM 波爾 多管理學院院長	舊瓶新酒—法國文 化創意產業
澳	<b>Michael Keane</b> m.keane@qut.edu.au	昆士蘭科技大學創意產業與 創新重點研究中心高級研究 員；澳大利亞國家研究委員 會研究員	更好的產業或創 意？從全球觀點看 創意產業
港	<b>Mok Kin Wai, Patrick</b> <b>莫建偉</b>	香港大學亞洲研究中心顧問	香港文化創意產業 十年
新	<b>Yvonne Tham</b> yvonne.tham@sotheby sinstitute.com	新加坡國家藝術委員會副執 行長/前資訊通訊及藝術部 藝術遺產發展司司長	展望全球城市：新加 坡文化創意產業
韓	<b>Wook Steven Heo</b> ny_film@hotmail.com	龍仁大學藝術學院電影系教 授	展望韓國文化創意 產業：挑戰與機會
臺灣	<b>方芷絮</b>	文建會第一處處長	臺灣文化創意產業 回顧與展望

### 學者簡介

姓名	方芷絮
單位 職稱	行政院文化建設委員會第一處處長
學術 背景	佛光大學藝術學研究所
經歷	1982 高等考試社會行政及格 1982-1982 臺北市中山區公所大直里里幹事 1983-1988 行政院青年輔導委員會科員 1988-1995 行政院文化建設委員會編審、科長 1995-1997 國立國光劇團組長、主任秘書、副團長 1997-2001 行政院文化建設委員會秘書室主任 2001-2002 行政院文化建設委員會政策研發專門委員 2002-2002 兼代國立傳統藝術中心副主任 2002-2008 國立傳統藝術中心副主任
著作	1. 方芷絮，參加臺北市藝術管理學會主辦之「2006 藝術管理研討會」發表「國立傳統藝術中心功能角色之探討」論文，地點：中國文化大學推廣教育部國際會議廳，2006年9月9日。 2. 方芷絮，參加廈門市政府主辦之「2007 兩岸民間藝術節論壇」發表「國立傳統藝術中心經營管理與願景」，地點：廈門市文化中心，2007年9月21至24日。

姓名	Anne Gombault	
單位 職稱	BEM-波爾多管理學院組織行為與管理專任教授, 歐洲藝術文化管理 (ACME) BEM 波爾多管理學院院長	
經歷	墨爾本 Deakin 大學藝術與娛樂管理的 George Fairfax 研究員 創立歐洲第一個藝術管理的團隊 曾在歐洲、美國、加拿大、埃及、澳洲任教與研究	
著作	<u>About the Louvre Museum</u> 1. Gombault A., <i>The new organisational identity of the Louvre: inside a superstar museum</i> , Kenneth Myer Lecture for the George Fairfax Fellowship in Arts and Entertainment Management, Deakin Series, Melbourne, 2008. 2. Gombault A., Speaking organizational identity: an exploratory study at the Louvre museum, in Kornberger M. & Guddergan S., <i>Only Connect: Neat Words, Networks and Identities</i> , Advances in Organization Studies, Vol. 20 (ed. Clegg, S.), Malmoe (Sweden): Liber and Copenhagen business School Press, 2006.  <u>About Museums in general (pricing, reputation, ...)</u> 1. Gombault A. et Petr C. (coordonné par), Bourgeon-Renault D., Le Gall-Ely M., Urbain C. <i>La gratuité des musées et des monuments côté publics</i> , sous la direction d'Octobre, S. et Rouet, F., Paris: La Documentation Française, coll. Questions de Culture, 2006. 2. Gombault A., Urbain, C., Bourgeon-Renault, D., Le Gall-Ely, M., Petr, C. Free Admission to Museums and Monuments in France: What do the Publics Think?, <i>Proceedings of the 5th Conference on International Cultural Policy Research</i> , Istanbul, 2008.	


姓名	Monroe Denton	
單位 職稱	紐約市藝術資源聯盟創始成員和執行長 Founding member and executive committee, Art Resource Alliance, New York City 1982 至今－紐約市視覺藝術學院 School of Visual Arts, New York City 2000 至今－福特漢大學，林肯中心校區，紐約市	



學術背景	研究院和紐約大學大學中心市研究所博士 Ph.D., Graduate School and University Center City University of New York
經歷	1973-1977 A.B.D. , 紐約大學, 主修: 戲劇理論與評論 1971 M.F.A. , 俄勒岡大學, 主修: 戲劇 (導演) 1968 學士, 達特茅斯學院, 主修: 戲劇 1994-2000 國際藝評人協會副會長 1985-1989 蘇格拉底公園董事會 1980-1984 雅典娜基金會 1989-1994 布魯克林海濱藝術家聯盟

姓名	Yvonne Tham	
單位職稱	前資訊通訊及藝術部 藝術遺產發展司司長	
學術背景	畢業於英國劍橋大學美國文學系, 榮譽英語學士學位以及哲學碩士 南洋理工大學取得教育碩士蘇富比藝術學院進修商業藝術碩士學位	
	2006-2008	在資訊媒體藝術部擔任藝術和文化遺產發展部門的主管, 監督有關的藝術和文化遺產推廣、博物館和圖書館的發展、保護古蹟, 發展文化產業的政策和策略
	2002-2008	資訊媒體藝術部, 參與和國家藝術理事會跟國家文物局合作發展的「文藝復興的城市計劃」(第 2 和 3 階段)。目的是將新加坡塑造為一個國際性的藝術與文化之都, 其中計畫包括新建國家藝術博物館。
	2004	參與發展新加坡的創意產業發展戰略, 成立 Design Singapore 委員會監督成立新加坡第一所, 13-18 歲青少年, 就讀大學前可上的藝術學校, 2008 年 1 月開辦。

姓名	Selina Fellows		
單位 職稱	英國市場與行銷顧問公司 Retail & Marketing Consultancy 資深顧問		
學術 背景	藝術史與建築學士（榮譽）學位		
經歷	1994-1998	「Sebastian Conran Associates」設計公司擔任總監	
	1987-1994	「英格蘭文化遺產諮詢委員會」 「English Heritage」擔任貿易部主管	
	1997-迄今	英國芭蕾舞團組織顧問	
	2003-迄今	諾薩紀念基金顧問	
	2003-迄今	聖保祿大教堂企業有限公司顧問	
	2004-迄今	Fine Cell Work 顧問 Whitechapel Ventures 顧問（英國唯一能代表博物館和文物部門商業活動的機構）	
著作	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 英國，美國，南美洲，法國和俄羅斯等地出版多篇探討，博物館及休閒中心內的零售和商業活動的文章和舉辦相關研討會。</li> <li>2. 1999 年，是政府所贊助出版的報告「創建產業，博物館和畫廊創收」作者之一</li> <li>3. 2004 年，國家審計署報告「博物館和畫廊創收」。</li> </ol>		

姓名	WOOK STEVEN HEO 許旭		
單位 職稱	龍仁大學藝術學院電影系教授		
學術 背景	2004	美國紐約 Syracuse 大學，電影藝術創作碩士	
	2002	美國緬因州攝影工作坊，電影製作認證	
	2001	美國喬治亞州 Savannah 藝術設計學院，電影藝術碩士	
	1994	韓國首爾 Sogan 大學，主修工商管理、副修電視及電影之文學學士	
經歷	2007-迄今	韓國文化內容振興院之文創產業全球組織	

	<p>2006–迄今 首爾實驗電影影展主要策畫</p> <p>2005–迄今 韓國電影振興委員會和釜山國際電影節之亞洲電影學院講師</p> <p>2005–迄今 韓國電影振興委員會之審查委員</p> <p>2005–迄今 韓國龍仁大學電影系助理教授</p> <p>2004–2005 美國拉斯維加斯內華達大學之助理教授</p> <p>2004–2004 美國紐約雪城大學兼職教授</p> <p>2003–迄今 協助規畫美國紐約雪城國際電影展</p> <p>2002–2004 美國紐約雪城 韓國電影節之主持人及創辦人</p>
作品	<p>2003 <u>德州甜甜圈店</u> (電影/錄影帶, 紀錄片, 彩色, 21分鐘) 實驗紀錄片得到Carol North Schmuckler新進電影製作人作品展最佳影片獎、美國Deep Ellum電影節最佳紀錄短片等獎。<u>甲魚湯</u>(16毫米, 敘事, 彩色, 14分多鐘), 亦於美國等各地國際電影節中播放。 <u>Abyme</u> (錄影帶+電腦繪圖, 實驗性, 彩色, 3分鐘) 於2005年AVICON電影展、普羅旺期節、印度Sunaryo藝術空間、亞洲錄像藝術節等多地播放</p> <p>2002 <u>玻璃</u>(錄影帶, 實驗性, 彩色, 2分鐘)</p> <p>2001 <u>彈頭</u>(16毫米, 敘事, 黑白, 18分鐘), 於多處國際電影節播映。</p>

姓名	Prof./Dr. Kazuko Goto 後藤和子	
單位職稱	日本文化經濟學期刊主編 埼玉大學經濟學系教授 日本文化經濟學協會副會長	
學術背景	<p>1998 畢業於京都大學取得博士學位</p> <p>1998-2004 埼玉大學擔任副教授</p> <p>2004 荷蘭鹿特丹的伊拉茲馬斯大學擔任客座教授</p> <p>2005 埼玉大學擔任教授一職</p>	

經歷	公共財政和文化經濟學教授，任教於埼玉大學經濟學系 國際文化經濟協會的董事會成員 日本文化經濟學協會副會長 文化經濟學期刊主編
著作	1. 《藝術和文化的公共政策》，Keiso 書房，1998 2. 《文化政策，法律，經濟和管理（編輯）》，Yuhikaku，2001 3. 《文化和城市的公共政策：創造空間給創造力和創新產業》，2005

姓名	Michael Keane 金邁克		
單位 職稱	昆士蘭科技大學創意產業與創新重點研究中心高級 研究員； 澳大利亞國家研究委員會研究員		
學術 背景	1999		澳大利亞格里菲斯大學亞洲與國際研 究學院博士學位
	1994		澳大利亞阿得萊得大學亞洲研究學院 一級榮譽學位
	1993		中國天津南開大學中級中文學位
	1988	澳大利亞南澳大學傳播學學士學位	
經歷	2004-2006	澳大利亞昆士蘭科技大學人文學科倫理委員會創意產業學科 研究顧問	
	2005	澳大利亞昆士蘭科技大學創意產業學院國際顧問委員會顧問	
	2000-2005	昆士蘭科技大學創意產業研究與應用中心博士後研究員	
	1999-2000	澳大利亞文化與媒體政策重點研究中心研究員\亞洲關聯項目 聯絡人	
著作	1. 《中國創造：偉大的新型跳躍式前進》，2007,(英)倫敦：Routledge 出 版社 2. 《新電視,全球化及東亞文化想像力,聯合作者：Anthony Fung & Albert Moran, 2007, 香港：香港大學出版社 3. 《國際觀察：創意經濟》，聯合作者：張曉明, 2008, 北京：中國社 科院（即將出版） 4. 《中國的電視劇：傳統的展開式敘事,政治轉型及都市化認同》,聯合作 者：Ying Zhu & Ruoyun Bai, 2008, 香港：香港大學出版社（即將出 版） 5. 《亞洲電視：節目形態、電視產業和全球化》,聯合作者：Albert Moran, · 2004, (英) 倫敦：Routledge 出版社 6. 《澳大利亞的藝術、媒體和設計創新：第三產業的新挑戰》, 2004, (澳) 福來科斯頓：郵局出版社 7. 《中國的媒體：消費、內容和危機》, 聯合作者：S.H. Donald & 尹鴻, · 2002, (英) 薩里：Curzon 出版社。		

姓名	Mok Kin Wai, Patrick 莫健偉		
單位 職稱	香港大學亞洲研究中心顧問		
學術 背景	香港大學亞洲研究中心博士 香港大學歷文系哲學碩士 香港大學歷史系學士		
經歷	2008-迄今	香港大學亞洲研究中心「香港記憶」計畫顧問	
	2004-迄今	中國北京 長江創意產業中心顧問	
	2005-2006	中國廣東省汕頭大學 長江藝術與設計學院 副教授	
	2002-2005	香港大學文化政策研究中心 顧問	
	1996-1999	香港大學亞洲研究中心 高級研究助理	
	1993-1996	香港民主黨 研究員	
	1991-1992	香港經濟日報 兼職翻譯及編輯	
	1990-1991	王肇枝中學 教師	
著作	1. 《城市的棱鏡》，雙語版即於 2009 年發行。 2. 《亞洲城市與創新資本理論的界限》，創新經濟，創新城市：亞歐視角，施普林格出版公司，2008 年即將發行。 3. 《北京的創意空間的規畫與類型》，文化創意空間訴訟程序問題的國際會議 10 月 19-21 日，北京知識產權出版社，2008 年即將發行。 4. 《中國文化產業發展戰略研究：文化環境與文化產業園區建設》，北京社會科學文獻出版社，2008 年。 5. 《看不見的城市》，2006 年香港視覺藝術年鑑，133-153。 6. 《尋找中國市場：香港創意產業的區域規模》國際期刊文化研究，第 3 期，2006 年 9 月，333-345。 7. 《香港的文化創意產業與珠江三角洲的關係研究》，合著者：許焯權、吳振雄，香港特別行政區中央政策組，2006 年。 8. 《海外「造園」的模式選擇》，中國文化報文化產業周刊 vol. 58, 2006 年 3 月 17 日。		

活動行程第一天11/28：

- 學者抵台
- 飯店安頓與行前確認
- 協助專題演講、展示準備

活動議程第二天11/29：

2008年11月29日(六), 8:50-18:00	
Time	Activity
08:40-08:50	報到 check
08:50-09:00	Opening：黃碧端 行政院文化建設委員會主任委員 李永萍 臺北市文化局局長 林新發 國立臺北教育大學校長
09:00-10:30	專題演講一：臺灣文化創意產業回顧與展望 Taiwan Culture and Creative Industry: Review and Forecast
	Speaker: 行政院文化建設委員會第一處處長 方芷絮 女士 Moderator: 國立臺北教育大學人文藝術學院院長 林炎旦 教授
10:40-12:10	專題演講二：舊瓶新酒—法國文化創意產業 Creative Industries in France : Emergence of a New Paradigm in a Great Old Cultural Nation
	Speaker: Dr. Anne Gombault (Chair Arts, Culture & Management in Europe BEM- Bordeaux Management School) 歐洲藝術文化管理 BEM 波爾多管理學院院長 Moderator: 國立故宮博物院院長 周功鑫 女士
12:10-13:10	Lunch
13:10-14:40	專題演講三：民主精神下的藝術、美學與經濟發展 Democracy in America
	Speaker: Dr. Monroe Denton (Executive Director of the Art Resource Alliance/ School of Visual Arts, New York City, New York City) 紐約市藝術資源聯盟執行長/紐約市視覺藝術學院教授 Moderator: 國家文化藝術基金會董事長 黃明川 先生
14:40-15:00	Tea Time
15:00-16:30	專題演講四：展望全球城市—新加坡文化創意產業

	<p>Envisioning a Global City - Trends and Developments in Singapore's Cultural and Creative Industries</p> <p>Speaker: Ms. Yvonne Tham (Former Director of the Arts and Heritage Development Division at MICA, Singapore) 前資訊通訊及藝術部藝術遺產發展司司長</p> <p>Moderator: 臺北市立美術館館長 謝小韜 女士</p>
16:40-18:10	<p>專題演講五：英國文化部門的商品開發與市場趨勢 Merchandise, product development and retail trends in the UK cultural sector</p> <p>Speaker: Ms. Selina Fellows (merchandising &amp; retail ,UK) 英國市場與行銷顧問公司顧問</p> <p>Moderator: 臺北市立美術館館長 謝小韜 女士</p>
18 : 10	賦歸 End

活動議程第三天11/30：

Time	Activity
08:40-08:50	報到 check
8 : 50-10 : 20	<p>專題演講六：展望韓國文化創意產業：挑戰與機會 The Prospects of the Korean Cultural Creative Industry: Issues and Opportunities</p>
	<p>Speaker: Dr. Wook Steven Heo, Department of Film College of Arts, Yong-in University 龍仁大學藝術學院電影系教授</p> <p>Moderator: 行政院交通部觀光局副局長 郭蘇燦洋 先生</p>
10:20-10:40	Tea Time
10:40-12:10	<p>專題演講七：香港文化創意產業十年 Hong Kong's Cultural and Creative Industries in a Decade: a decade with stagnant growth, uncertainty and unsettled problems</p>
	<p>Speaker: Mr. Kin-Wai Mok (Consultant of the Hong Kong Memory Project, Centre of Asian Studies, The University of Hong Kong) 香港大學亞洲研究中心顧問</p> <p>Moderator: 文化產業學系暨藝文產業設計與經營碩士班 黃海鳴 主任</p>
12:10-13:10	Lunch
13:10-14:40	<p>專題演講八：日本創意產業的實力與挑戰 Creative Industries in Japan: the strength and the issues</p>
	<p>Speaker: Prof./Dr. Kazuko Goto (Faculty of Economics, Saitama University, Japan) 日本文化經濟學期刊主編、埼玉大學經濟學系教授，日本文化經濟學協會副會長</p> <p>Moderator: 國立藝術教育館館長 吳祖勝 先生</p>
14:50-16:20	<p>專題演講九：更好的產業或創意？從全球觀點看創意產業 Is better to be industrious or creative? Global perspectives on the creative industries</p>
	<p>Speaker: Dr. Michael Keane (Senior Research Fellow and ARC Centre Fellow, Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, QUT) 昆士蘭科技大學創意產業與創新重點研究中心高級研究員；澳大利亞國家研究委員會研究員</p> <p>Moderator: 行政院文化建設委員會第二處處長 林登讚 先生</p>



16:20-17:30	綜合座談：文化創意產業前瞻與革新 Moderator: 國立臺北教育大學人文藝術學院院長 林炎旦 教授
17:30	閉幕。Ending 賦歸。

活動行程第四天12/1：

- 參訪行程：
- 臺北光點 ( 臺北之家 )
- 臺北市立美術館
- 臺北故事館
- 國立故宮博物院
- 臺北國際藝術村
- 華山創意文化園區
- 國立中正文化中心暨兩廳院
  
- 與會來賓：
- 行政院文化建設委員會主任委員 黃碧端；
- 國立故宮博物院院長 周功鑫；
- 國家文化藝術基金會董事長 黃明川；
- 交通部觀光局副局長 郭蘇燦洋；
- 臺北市文化局局長 李永萍；
- 臺北市立美術館館長 謝小韞；
- 國立藝術教育館館長 吳祖勝；
- 遠流出版社董事長 王榮文。

( 二 ) 學術活動舉辦情形

行程一覽表：

	11/28	11/29	11/30	12/1
上午	學者	活動開幕與專題演講	專題演講	參訪行程

下午	抵台	書展開幕（典藏、天下、文建會）與 專題演講	綜合座談與閉幕	與 學者離台
晚間		產/官/學歡迎晚宴	自由活動	

活動花絮、照片







現場學員





書展與茶敘



研討會當天表演團體



會議記錄：

第一天 11/29

日期：97 年 11 月 29 日	時間(場次)：1
主講者：方芷絮 女士	場次主持人或評論人：林炎旦 教授
主題：臺灣文化創意產業回顧與展望	
內容： <ul style="list-style-type: none"><li>● 手冊第十四頁</li><li>● 台灣推動文化創意產業的民國九十二年九十三三年，文建會及新聞局做了那些文化事業？</li><li>● 六大指標報告。</li><li>● 經過全球及科技化衝擊之下，文化創意生產而出。從文化創意產業，政府的政策來看，文化的提升為國家政策發展的主要層面。未來，在台灣這也成為了主要發展的主力。</li><li>● 文化創意產業的主要消費方式，成為當前的感知模式。整合型的產業類型將會是文化創意產業思考的面向。</li><li>● 1995 年文建會在社區營造生產出以文化產業及地方產業化的契機；在 2002 年，正式將文化產業列為文化事業發展的一項。</li><li>● 從就業、產值及附加價值等原則，歸納出多樣性、小型性...促進就業人口及全球競爭力。</li><li>● 文化創意產業源自於智慧財產的累積。</li><li>● 文建會負責藝文產業，視覺、表演、文化設施、工業。</li><li>● 新聞局：電影、廣播、出版。</li><li>● 數位內容為未來思考的面向。</li><li>● 設計產業權責在內政部。</li><li>● 現今文化產業的權責分工分散。</li><li>● 文建會是創意環境上的重點單位。</li><li>● 產業行銷及輔導為新聞局及經濟部。</li><li>● 從準備文化創意業發展機制上，文創發展法主政單位是經濟部。該法是一個妥協下的法，由九十二年開始討論，例如租稅優惠，該這些專業性的法規之不定性，所以在二月所送的法案並不放在裡面；有學學文創的版本、法藍瓷、文化局歷屆的版本。</li><li>● 經濟部立的法為何由文建會來主張？未來是經濟部審查還是文化教育機構？因為最後還是要回復到產業面，因為各方有各種不同的意見；最後馬總統希望文化界能重新立一個適用於文創產業的法案，能擬出正確層面由</li></ul>	

立法運法，所以希望在短時間內提出相對版面。未來將加以著力。

- 在人才培育及產學合作方面：成立五所學校。
- 經濟部方面：文創產有融金方面的制。
- 在現在的五年來國發基金有二十億，希望中小企業有相關的輔助。但為什麼文化創意產業沒有用到？因為現在的文創產都是小型的，以目前的國發基金及中小企業基金，有上千萬及幾百萬的準則，所以有阻礙的地方。雖文創產業已經準備，礙於標準之下，難以得到。
- 台灣創意設計中心作為這幾年來政府在推動文化創意產業小組的整個樞紐。
- 五大創意園區為工業遺址，如何把這樣的歷史建築、古蹟如何在閒置上作利用產生效果？
- 日治時期的歷史建築，因建物本身有問題，所以一直做在整建、都市化的工作，跟本無法到產業化的內容。
- 華山為旗艦計畫，為酷玩的定位，目前以 rot 的方式，讓遠流經營。
- 在年底華山文創園區結合文資管理、簡單生活節呈現該成果。
- 在華山的電影部份，內部會有一個以電影為基地的部份定位。
- 刑事警察局為旗艦為方向定位。
- 文化資產總管理處。
- 台中已經有潛在的投資者，希望未來讓設計相關的學子的展示平台，聚集能量。
- 嘉義方面，希望以酒文化為主，為台灣白酒的故鄉。是高粱的故鄉發想，該地為酒的基地為完整的地方。嘉義：以交趾陶、布袋戲、酒為地在創意產業。台南以動漫為發想。花蓮：台東地方基金會來經營，希望以國際的藝術家駐村為主要能量。
- 教學資源方面：在許多學校有重點培育中心。在電影方面，未來會有影音產業整體的發展。在文建會主導的藝術產業，台北國際藝術博覽會，其成交產值達到七點五億，上升中。
- 在國美館方面著力發展。
- 新聞局以提升總產業及票房為主軸。該數據變化的產生擁有某方面的成效。
- 設計的產業方面，已經成功爭取到二〇一一年開辦，未來希望結合六十個國家在松山菸場競技。
- 提供完備的整合服務設施及設計科系的人人

- 到故宮的發展裡面，故宮也極積也延伸產值，未來也列為六大旗艦之一，未來也以台灣的文化特色：原住民、閩南文化結合跨步會的合作為成效。
- 在產業加數、就業人口，附加價值在營業額上，由經濟部文創產業小組辦公室推算出來的。
- 看國外的發展出數據，根據去年，台灣我們在幅度上有很大的發展空間，檢討上，法規發展未完整、產業未建立、國際市場上開拓不好、過去十三類的人口統計上，我們並沒有很好的配套措施。
- 例如表演藝術組織的稅法、定位及機制，沒有很好的調查及確立；數位典藏上沒有很好的利用，例如博物館：中央到地方研究者，這個部份如何應用產業鏈來賺錢，它的機制為何？有些有文化沒技術。目前，數位文化內容不在產業裡面。
- 國內出現了新形態的文化創產，例如：學學文創、法藍瓷，例如：美學、強調體驗、人性、樂活為主的，產生許多生活層面上的需求。
- 九十二年起產業文創產為主要實行的產面：如資源整合、園區活化、法規、國際行銷、產業輔導。
- 在法規上是最主要著力的部份。
- 在未來，行動的文化創業產業歸納呈現的重點。
- 二〇一一年以創意城市為主要的主题，須在一百年前，作具體準備。
- 在數位內容準備上，以各部會的分工，如何結合制會台灣通路及軟體，結合相關主管機關來看待這個問題。
- 在十三項文創產的範疇方面，各部會有選定發展的重點：文建會：工藝、經濟部：設計及創意生活、新聞局：流行音樂、電視劇。
- 以文建會的工藝產業來說，這四年會投入二十四億。幾乎一半放在旗艦計畫上。
- 如何運用整合文化创意跟數位內容？電影跟電視部份，當成為出版品：整合工作需密集(文建會或新聞局)。
- 照政府的產業項目細工，未來政府在組織再造方面，資源整合角度需好好看待。
- 異業結盟，如何作有機的結盟，實際的作法為何？是我們需要落實的。
- 如何有專責單位的來執行，上、中、下游整合。
- 五感型式產業內涵的具體呈現，在未來為希望執行藍圖。包括品牌及授權方面的接軌。



## 結語

- 未來，回顧及未來展望，未來希望政府整個組織及策略能接合數位及網路的落實，該部份有待各部門來努力。
- 在二〇一五年時，在 gdp 希望達到百分之五。
- 總體來說，需大家合手共進台灣的文化創意產業內容。

## 討論

- 文化擺優先，政治擺後面。
- 成立文化專責單位，希望後期能把該建制。
- 國家在經費方面輔助少，為加文創產的效能，希望能提高，以產業為提升。
- 國家提出二〇〇二到二〇〇八，二兆雙星計畫，看不到台灣在文化人才或小組來做整合。產業方面希望有平台，匯流方面有阻塞。平台的觀念探討很多問題，如電影、電視、手機平台。平台概念？
- 目前正面發展政府部門機制及環境上有更好的機會，希望能對於文創產業的設立有基金的觀點，而不是以輔助為出發。未來希望能建制完成。大體來說，文創產業希望有引子，希望引出創意，例如產生引子，生產資金；而引子之間的设计包括兩層面：幫助它產業、公司化。二、另外為：產業化後的組織內。
- 台灣在文創產業要起來有兩個重要的點：一、投入資金的機制？台灣所有的東西在很大的產業裡面而已，在大世界裡頭只有一個基金會。原因在於用一個國家基金照顧太多國家型的產業。以韓國為例：只投入一個基金只投入一個產業：如電影動畫產業一個、手機產業一個。我們面臨的領域必須擁有較多的機制，如果我們政府在資金的設想方面沒有很多對應。二、文創產業的產業化的性？它需要內需市場，我們的市場太小，我們在這個領域裡沒有市場規模。某一概念，在中國大陸方面，我們需要突破中國大陸市場的隔閡，不管是在那一個單位，目前只是研發端。我們對於內需市場不足，無法外銷。
- 勢權分散，匯流是阻塞的，在組織之間無法流通，文建會可以看台北市地方政府很靈活，彈力很大，但資源很小。財團法人的設立對於新聞局相關的機構，來解決這個問題。在文創產業發展法，必需搭配外貿才能推行全世界，經濟部應該重視這個問題。
- 中國與台灣的關係緊密，所以我們要如何投資本及資源是很重要的，中央

對於文化政策的產業提供很多的資源，所以我們要怎樣作到完整的整合？  
台灣如何看待中國大陸？

- 我們先提出了文創產業二〇〇一年，而中國二〇〇四、五。中國投入了強大的內容，奧運就擁有很多的進步了。但我們的優勢：文化理念裡歷史文化的傳承，六〇年代中國有一整代的破壞。但我們一直擁有很多的傳承，例如文字。但該優勢，中國現在極積的在補足這部份。而自由是對於創意生產的來源，它會使得每一個創作者擁有很多空間，所在中國這個部份會阻礙很多進步。我們最大的缺點，就是對於中國有很多的害怕，這樣無法擴大內需。

日期：97年11月29日	時間(場次)：2
主講者：Dr. Anne Gombault	場次主持人或評論人：周功鑫 女士
內容： 引言	
<ul style="list-style-type: none"><li>● 我現在要來講法國創意思維的興起。很多的研究都會有經濟和文化上面的問題，有一本書是A-Z文化產業相關詞的排列，創意產業叫做創作產業是比較恰當的，這樣子的想法是來自創意產業的興起，在很多相關的機構我們有提到這個想法，要定義創意產業實在不容易，因為它的範圍相當廣和多變化，CREATIVE 這個字詞是形容產業的某個特質，Throsby 在2001年所提出的共同循環模組，如果創作過程能夠重新被受重視，電影視聽出版影像遊戲建築設計等等。</li><li>● 建築和設計、酒和產業文化的結合，當然還有手工藝也是一個很重要的層面。</li><li>● 因為我是藝術的主修，所以我對創意有比較多的著重，照片中是羅浮宮的圖片，為什麼我要講這個呢？因為羅浮宮是文化和創意產業的著名案例。</li><li>● 第一個是羅浮宮，第二個是龐畢度展演中心。</li><li>● 小小的危機，在該方面的領域研究人員產生。同樣的情形也發生在創意文化產業引領的國家 - 英國。</li><li>● 法國 - 羅浮宮附近原本是一個工業區，此地郊區的文化產業開始起步。</li><li>● 我們的阿雅公文化局也開展很多文化相關的建築。</li><li>● 就像龐畢度展演中心</li><li>● 一個地方有建立藝術氣息是很重要的，所以對於法國許多偏遠地區這樣的開發是有必要的。</li></ul>	

- 我們要怎樣將文化政策施行的領土上面呢？我們沒有特別做觀光的发展，但我們的觀光客總是很多。對我們法國來說觀光業的发展是自然的現象，希望有一天法國的觀光產業能受到政府的重視。
- 我們法國有兩千多個藝術節，與其說我們的觀光客貢獻到我們的文化，不如說我們的文化貢獻到我們的觀光客。
- 我們到底有什麼理由要來創造創意產業呢？
- 中型的城市都會納入一些文化設施來增進文化發展，政府也會供給預算來提供產業發展。我們覺得在這些城市中投入活力來發展產業也是相當重要的。
- 現在要來講創意雙年展，它其實是傳統藝術的展演，將經濟與社會達成一定程度的結合。就很像台北有很多藝術節的活動，這都是促進創意產業發展的好例子。
- 里昂是一個創意城市。法國的城市推展計劃，透過法國城市與城市間的連結，經過三年多的籌劃時間，現在已經慢慢開始施行，也是競爭活動的開始，城市有馬賽、波爾多...等等。他們必須知道如何企劃與推銷自己的城市，這其實與文化創意產業是不謀而合的。
- 有關藝術家對於資本主義的批評，法國以一種浪漫思維的主義，這些藝術家是為藝術而藝術，不為利益來從事藝術工作。
- 但是近年來資本越來越少，藝術家必須朝另一方面考量，所以這種現象也為法國的創意產業開啟另一道門。
- 以前法國的藝術家或演員都是非常獨立，但現在會以區域化的集結在一起討論。
- 我們來講有關文化政權的分化，原本政府都是事權統一，但現在發展成區域分化，新的公共管理在區域上都有自治權，因此可以各自從事藝術開發。
- 法國對區域性的統合管理並不高，因為分工。
- 獎勵制度。倘若人們可以，我們不是要降低國家的財政收入，利用轉園制度，自由民主藝術，貢獻越多，租稅可以得到更多的優惠。
- 我現在要來講法國的困難和問題：有時大家比較不熟悉，所以會有抗拒的情形產生。
- 其實我們在法國自由度是非常高的，但是在文化上還是有所限制的，例如說因為傳統文化上的限制，所以有時候年輕人不是有這麼大的支持度，新興產業很容易被抗拒，這就會導致法國本身的封閉性。
- 有時候我們討論到法國美食方面，為什麼西班牙的美食會發展的比我們好

呢？因為他們有開放的創意空間。

- 文化與經濟領域之間的孤離感，也會造成文化與社會上的孤離感。
- 我們所說的文化人，他們沒辦法舉出國家 80% 的企業單位，因為他們對於經濟較不關心。
- 如法王路易 14，他們決策任何事情都是由最高單位決定，只要政府一說不，活動馬上就會被停止，所以像龐畢度中心因為有中央的支持，才能持續被發展。從小到大的單位，都會看出這樣的集權性。
- 另外一個問題是管理人員的培訓，和決策者的培訓不足。對於策略性行銷與研究，我們也缺乏。
- 政府政策上的阻撓也是另一個問題。
- 另一個很主要的限制，就是有一些很想變成創意城市的城市，他們認為要永續發展的活動必須是大活動才行。但我覺得這是阻礙發展的一個問題，像馬賽就有這樣的問題。
- 另外一個問題我想提到的就是，我們要如何提升法國文化生產的形象。這樣的形象是要給他國來看的，我們法國的溝通性並不是很好，意指我們不太注重我們在國際間的形象，而這與英國有很大的不同。
- 法國思想體系對於創意產業的批評。雖然法國創意產業的思維在法國還是少為人知，為什麼法國拒絕這樣的概念呢？因為相關的機構推動者本身的力量並不充足，無法讓一般人更容易理解。
- 我們對於藝術上的抗爭，創意產業和浪漫的思維本身是互相牴觸的，創意產業的新思維是認為創意上和商業有所結合才能增加其價值，而這與純藝術產業為藝術而藝術的觀念有很大的差別。
- 例如說你問演員有關設計或美食方面的問題，他可能會抗拒，因為他並不知道和他的專業不相關的專業。
- 我們必須從舊的東西創造出新的概念。

#### 討論

- 有關反對中產階級評論的表達，像美國，當我們在講管理的部份，我們會講到藝術。
- 很多的文化是否對觀光有貢獻呢？要如何區分什麼叫文化產業？什麼叫創意產業？其實是很重要的，要從細微的角度看見文化和創意產業間的區別。
- 法國的現象相當有趣，有關產業的分工化也許是法國即將討論的議題。
- 博物館是時代的創意，也是時代的文化。

- 文化創意產業是從文化的靈感去獲得它的創意。
- 以背景因素來解釋，一個文化創意產業的發展是來自於當地的背景因素本身的重心。
- 流行文化對於日本的創意產業是引領的指標。
- 釀酒人、廚藝家，及繪圖設計者他們其實都是創意製造者，但他們本身不會說他們是藝術家，本身還是有階級關係，但都是創意產業的一環。

#### 回應

- 我覺得要不要分別文化和創意並不是那麼重要，我認為產業價值性比較重要。
- 有人說文化產業和創意產業要結合或許會不錯，但我不那麼認為。產業的貢獻比較重要。
- 法國所遇到的某部份的問題和我們台灣是很相近的。
- 法國文化背景相當雄厚 所以變成一種創意產業的驅動力。
- 創意產業是一個產值非常大的產業，就像是一個套件，在提升文化的同時也能取得經濟效應。

日期：97年11月29日	時間(場次)：3
主講者：Dr. Monroe Denton	場次主持人或評論人：黃明川 先生
主題：Democracy in America	
<p>引言：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 台灣藝術界與表演團體表現活躍，漸漸往世界走。</li> <li>● 從 Dr. Monroe Denton 文章中，可看出美國的文化藝術、以及美國各方面對藝術的態度。</li> <li>● Dr. Monroe Denton 因為其豐富戲劇、藝術、文學的造養，有很多的詩、雙年展等藝術作品，因此文章呈現跨國、跨時間長河、跨專業領域的涵養。</li> </ul> <p>內容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 感謝黃先生。</li> <li>● 台灣的文化因素發展不錯。</li> <li>● 從歷史的源頭，來看紐約的現況。</li> <li>● 「民主是什麼？」對於這個問題，人們所產生的害怕，會造成社會孤立。 「我想要什麼，就能得到什麼」，這就是民主嗎？</li> <li>● 「休閒」應該扮演什麼角色？</li> <li>● 除了工作之外，要有充足的休閒。</li> </ul>	

- 大衛的藝術作品 - 「宣示」，可看出作品的高潮性。而且大衛用自己的方式解釋了「宣示」的意念，這在歷史中是沒有解釋到的。而為什麼這作品可以這麼有名？因為畫中這三個兄弟的「宣示行為」不是為了神，而是為了心中的藝術。
- 「獨立宣言」，美國的州都必須同意。
- 美國總統歐巴馬總統當選之後放的歌。
- 思考民主的重要性與民主的轉移。
- 我們要如何說出心中的意見？
- 休閒有可能被大家當成負面的東西。
- 在遠古時代，我們無法逃離恐龍的追殺；現在，我們也無法逃離房貸的追趕，也逃不出無聊與絕望。
- 原本的生產性消失了，現在多了孤立。
- 有一件事比較重要，我們應該思考，就是視覺藝術無法建立價值。
- 網路是一個造成孤立很好的例子。我們不應該孤離於社會；而教育必須負起責任，讓「孤離主義」消失。
- 莎士比亞的寫作能力是藝術發展的極致。
- 「作者已死」，就像法律上的革新是全新的概念，表示我們是獨立閱讀的，我們需要致力尋求這種概念。
- 各種產業的結合都是有可能的。
- 林肯總統的偉大之因。
- 我們可以看到現代人在民主體制下的孤立無援。
- 『一個人的平等就是因為我們賦予他感受的能力』。我們可以從一個人身上看到很多想法與理念，並反映在藝術上。現在很多的文化因為太產業化，因此很難反應藝術的真諦。藝術的影響應該讓大家開心，但現在這種想法因為一些權力的應用，而被摧毀。我們找回自然的驅使力，而這可讓我們找回最初的想法。
- 穩定的社會機制與力量，跟我們原本的威權體制有關係。因為權力體制，平均分配，各種藝術都可以找到各自的地位。如此我們就可以建立科技與藝術，但可能會受鄙視，因為藝術家認為這樣離完美太遠。
- 藝術性產業的思考模式要有想像力與深度，藝術家認為要造成觀眾的『經驗』，而不只是愉悅。
- 文學作品的內容會考慮背景，我們可以影射到視覺藝術。在美國我們通過選舉，因此一些視覺相關的政策與運動，在現實當中找到真實的支持與認

可。但被認同的假象也可能被膨脹，造成一些產品的價值下滑。

- 我們在日常生活中就可以見到公共藝術。如華爾街的地標，藝術品就被作為空間上的標識。
- 「人如何與文化溝通？」這與如何跟自己溝通有關，如肢體語言的使用。
- 公共教育的重要性，在於讓我們知道：「我們必須付出我們的自由」，因此要好好監督聯邦政府。
- 在德國，有一個雕塑計畫。而為何公有空間會私有化？慢慢前進的戶外雕塑展覽，有 2.7 百萬的人參與計畫。他們來到威尼斯預言般的城市，參觀者可以進城參觀，也可以出城看博物館。
- 整場導覽被規劃如同「寶藏之旅」般。
- 這些展覽可以讓我們來考量戶外雕塑展覽的可行性。
- 藝術觀光產業的興起。
- 產品就是品牌，牛的形狀與地點都有著作權。產品與品牌都要有著作權，不然就是公有空間的佔領。
- 接下來要討論經濟驅動的城市，有關市場行銷公眾私有合夥關係，如何用公權力保障私有空間，要加以保護。
- 水權與傳達系統與教育系統是相關的因素之一。
- 資產的擁有者受到保護。
- 藝術抽象，因此我們畫抽象的題材，每一個藝術品都不能被重複。
- 我們可以回顧希臘人對於藝術創作的過程，藝術讓我們跟猴子有所區別。翻書的動作不代表什麼，看的懂才是重點。
- 實質主意對抽象藝術帶來負面的影響，如果我們要重建藝術方面的產業，我們必須喚醒對於一些微妙情緒與反應，藝術可以表達出話語無法表達出的情感。感官與感覺是藝術創作很好的元素，因為非常自然，作品的靈魂性很重要，我們要思考如何把這靈魂越疊越高，我們也必須要對其他人的靈魂有同理心，內在的同理心，而不只是形式的表現。
- 生態學就如同希臘的家鄉哲學一樣，是一種憤怒。
- 我們必須好好去維護生態，並致力讓我們的藝術生態被理解，並被好好利用。
- 美麗的女神像是理性的神祇，這時這樣的憤怒就是一種真理的層面。宗教，也是我們產生的憤怒感。而資本主義沒有確切的意義或涵蓋，所有的所得就是最重要的。有時候，在資本主義中無法被承認的人，會想要做一些事來贖罪，就像宗教。如果不在這個系統之內，無論做什麼事都有被毀

滅的可能。這就是我們人類存在的現象。資本主義不是用教義來規範就可以成功的。

- 藝術家不應該有教義的規範，就可以實現對藝術的信仰。

#### 結論

- 潘朵拉的盒子最後是釋放希望，沒有它就沒有失望。但是，藝術本來就應包含正面與負面的概念，才是比較美好的藝術。

#### 討論

- 從一些文獻上統計資料可以看出，關於藝術的式微，文學就是一個好例子。現今，電玩產業蓬勃發展，甚於書。大家都讀大綱而不讀細節。
- 美國的公共教育越來越式微，慢慢演變成只是提供給負擔不起私立學校的學生，而這與民主意識下滑有關。
- 現在的藝術發展是整個結構的轉型，美國的藝術是私有化的。有幾個城市有公有的博物館，但現在教育水準降低，博物館唯一的功用變成收藏而已，而且商品單一化。再加上有資金短缺的問題，因此現在的博物館功能大多只在保存，而沒有刺激新興的想法。因此如果要促進藝術教育，博物館應好好被改善。
- 歐巴馬總統對文化有所研究。事實上，美國對於藝術上的挑戰，長久以來都有在重視。
- 有關藝術的表面性不夠完整，藝術要透過語言才能被了解，這也是一大障礙。
- 博物館的展品大多並非當國所有，而是私人贊助的。
- 美國對於藝術方面的福利沒有很多（而是在健康保險方面較多）。且現在美國大多採會員制度。
- 在民主制度下，人與人應該彼此分享教育遠景，才能有更好的發展。
- 透過博物館展出作品，但有些人不喜歡藝術家的作品，大家對於金錢的迷戀與迷失，也是藝術的一大問題。
- 好萊塢成本變很低，劇本成本也降低，因此美國人發現電視對於想法的養成、對國家認同性，教育性都有降低的趨勢。廣告也有衰退的情景。這都是構成私有化的要素。
- 台灣的公共電視 - 「誰來晚餐」，沒有劇本，收視率很高。
- 美國地方化特性越來越少，台灣亦同。
- 要用自己的方式來說故事，但很多學生對於本身的語言不熟悉，因此不知



如何說。

- 自我意識，在發展校園與學校時會併入概念來實行，美國在博物館研究當中也有。如雙年展，類似這種對博物館本身產生興趣的活動，美國較少辦理，也較少辦理慶典，雖然可以讓城市獲得經濟效益。
- 現在的美國正產生大變動。在這之前美國是用資本主義在支撐，現在是有史以來最大的變動。未來的前景為何？概括來說，美國擁有最多的是慷慨，文化上的慷慨性。在美國有很多事，我們能做的就是開發較好的培訓計畫、語言訓練、我們要如何成為知識份子，要增加與文化之間的互動。增加全球性的共識，學習將自己的感想與人們分享，甚至是世界各地的人分享，互相成長。在美國很多藝術家是經濟的發動機，如 SOHO 文化區，沒有接受資助，卻可以發展。因此，藝術的環境與領域合法化，是現今最大的目標。

日期：97 年 11 月 29 日	時間(場次)：4
主講者：Ms. Yvonne Tham	場次主持人或評論人：謝小韞 女士
引言	
<ul style="list-style-type: none"><li>● 本場將介紹新加坡政府機構的經驗，新加坡的創新與文化產業。</li><li>● 新加坡產業策略</li></ul>	
內容	
<ul style="list-style-type: none"><li>● 介紹新加坡的現況 自身對於視覺藝術的研究 關鍵的重點回顧新加坡三年的成就。1.新加坡的經濟與文化發展；2.策略；3.展望與趨勢。</li><li>● 四十年的發展與努力。</li><li>● 創意與新加坡的結合是種矛盾的現象，曾經是文化沙漠。</li><li>● 增進新加坡政府的政策開發，軟的經濟發展。</li><li>● 成本上的影響力、多樣化的形式、生活科學、財經，有關過程與效率性的驅動力。台灣的自然環境比新加坡還好，台灣與創意的關聯比新加坡的更好。</li><li>● 新加坡夾在兩個大型的經濟發展規模之中。</li><li>● 文化創意產業的機會與其規模，對於產業的發展扮演很重要的角色。</li><li>● 藝術家的自信、態度會影響產業的發展。</li><li>● 圖片說明：新加坡在七小時之內可到達的地區。</li><li>● 「代辦處」比較有彈性且容易建置。</li></ul>	

- 文化的連結性與多樣性的配合。美國的公司如果了解亞洲的市場，可以從新加坡方面著手，因為語言的因素。
- 企業性較少。
- 新加坡少有設計課程，藝術的教育提供僅止於大學。
- 不同的傳達方式會產生不同的產業狀態。
- 多媒體的推動可以推動文化創意產業，並讓人們有表達想法的機會
- 有關相對堅強的基礎建設，公共表象之下，投資者的自覺性。1989年，有關藝術與文化的諮詢委員會，用合支持藝術家與完善藝術的發展，國家圖書館，十億部分的資金投入文化的建設，國際劇院亞洲文明博物館、其他國家博物館、硬體與軟體建設、2001年城市復興計畫。
- 經驗回顧委員會，亞洲經濟危機，有很大的層面，納入文化創意產業的推手。我們要去說服經濟委員會上的管理。
- 藝術家有共通的情形，藝術家是單一的藝術家，沒有去跟其他產業做結合的概念。
- 主要的影響：多樣化服務部門的群集，多樣化可迎接挑戰。
- 如何區別產品與服務。
- 英國的定義：「生活、工作，娛樂結合。」
- 新加坡創意文化的分類：藝術與文化、設計、媒體、軟體、IT（與媒體有相關）。
- 實體策略：創意產業的開發，結合媒體設計藝術才能得到適當的發展。將原本的媒體產業轉型成全世界的媒體城市。設計與媒體視為重要的結合。
- 目前的趨勢：全球性的市場開發，著重在全球的部份，不只國內，而要成為通往亞洲的通道。國內的需求是有限的，要將新加坡的產業國際化。向外尋求市場資源。設計導向是重要的著眼處。開發有利的管道，如英文。
- 新加坡的文化創意產業是由很多廣告公司所組成的，媒體公司也因應而生。新加坡的潛力，在藝術的慶典、博覽會、展覽等等都可以看到。
- 雙年展的流行性。
- 新加坡已有許多慶典。
- 找到國內自己負責的產業，並好好經營。
- 新加坡文化的植入不徹底，是個新興的國家。
- 國家藝廊，建築性上的意義表示出：文化的合法性與合理性、全球性的連結，以及文化要怎樣包含在區域中。
- 政策是多元模式，單一的公共政策沒有太多的助益

- 研究討論相關案例，如公共藝術、讀詩。
- 設計科技媒體做整合，新加坡創意社區發展的契機，科技發展的流入，也對教育有所貢獻。
- 第三個策略是長期計畫，少有商業性或經濟觀點，也就是城市復興計畫。有關藝術文化的直接鑑賞力，也是想提昇的。
- 產業的趨勢觀點跟限制：國內生產總值的3.2，增加就業率，如出版業、寫作業，且仍漸漸提昇中。
- 合作與競爭，政府與政府之間的溝通與合作。國際間的合作生產，是當前、無法避免趨勢，如電影共同製作等。重新包裝、推動到全球市場。
- 中介性的服務，媒介的組織。公共的組織也有扮演媒體的角色，廣告電視，但專門媒介的組織仍須努力。
- 品牌平台，規劃行銷、想法規劃，生產製作流程，稱為中間性的媒介。
- 博物館都是私人的機構，保護場地的遺址，作為廣告的代辦。駐廠藝術家，小型的社區生活圈，藉此交流。政府的資金，為政策限制。
- 比起言語交流，實質的行動較重要。
- 網絡的機構化，滿足國內小市場，也可將理念付諸實現。如何將創意產業普及化，教育也扮演重要的角色。大學革新中心，也是一個很重要的交流平台，提供資訊與知識的交換。
- 開拓國際的市場，公共的資助也很重要。目前，政府也有直接贊助藝術中心，但中間媒介對於藝術中心的影響力也是很巨大的，政府可直接贊助。致力於投資教育機構。
- 國際性的認同性，國際合作仍有限制與挑戰。要如何重建內容，並推廣到全球市場，並保有自身特色。
- 政府直接提供資金給藝術家或公司本身，但中間媒介更重要，對於文化創意產業的發展更重要。
- 政府要能接受更大程度的溝通，並建立更多教育性的機構，才能增加一文產業的發展。政府要更能接受文化對話。
- 都市計劃上的研究，比如說我們的政府要如何增加投資，不只是公共建設，還要考慮到文化的背景與意涵，社會可能發展的未來。要加入一些概念上的討論，才能提昇文化層面，並加上行動。

#### 討論

- 政府的文化政策，可整合地方與中央的討論。
- 文化認同。運用城市本身的實體，來發展文化創意產業。

- 新加坡設計方面的策略有六個。組織與發展很多的組織與產業；資助，室內設計、繪圖設計，很多產品；文化設計（學校）。展覽發表設計作品，將中間媒介商拉入。將設計分組。設計協會，做諮詢、整合的服務，有責任分配資金給設計部門。
- 科技產生人力，人力有很多層面影響創意產業。知識首都：創意層面，城市間人才有互相交流的平台現象。多樣化對商品的影響。文化交流是種平台。
- 不同於香港等地，新加坡對於媒體國家的理念是研究性的討論模式。著重媒體發展產生安全的環境，以經濟輸出為主要的考量。新加坡本土的電影，量身訂做，本土化，著作財產權。以『發現』的概念，來看數位化的產業，用新興的科技來探索藝文產業活動。
- 新加坡政府的資助，是電影的主要來源。媒體投資會影響社會形象。
- 合法性，很實際國家，但包容性仍存在。
- 具體的例子：戲劇團體，戲劇可反映文化背景，成立新的戲劇中心。與當地藝術中心交流，將專業與產業結合，建立大型的藝術聯結中心。建立文化的合作，建立學校，咖啡廳等。表演藝術學校，在藝術中心，舉辦很多課程。藝術交流平台提供藝術愛好者一個連結、合作的空間。
- 關於數位互動裝置，新加坡有 I T 圖書館、委員會等，並將之用於文化創意產業之中。發展創意部門，將技術融入產業之中。

日期：97年11月29日	時間(場次)：5
主講者：Ms. Selina Fellows	場次主持人或評論人：謝小韞 女士
<p>引言：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 主講人介紹。</li> <li>● 英國博物館有很大的改變，尤其在商店部分。</li> </ul> <p>內容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 文化競爭在科技、電腦、網路遊戲、電視購物，旅遊等有很大的影響。如何讓人民有效利用休閒時間，是英國現今著眼的重點。</li> <li>● 現在的博物館以參觀者為主，以前想保存，現在想要如何呈現這些收藏品；以前的收藏品是主要博物館的終止，現在對於如何吸引到藝術家，才是現在的重點；現在比較注意如何宣傳這些收藏品；以前的博物館比較有歷史性，現在則與流行文化比較有關係；以前都為公家機關，現在多為藝術家或館長自行募款；以前比較有教育性，現在較有娛樂性。</li> </ul>	

- 服務性博物館。
- 大學博物館，牛津大學中的博物館，收藏非常豐富；康橋大學亦是。這 300 個大學博物館由政府所資助。
- 區域博物館。
- 獨立博物館。
- 每年約八千萬的人次會參觀博物館或歷史古蹟。
- 博物館不收入場費，故刺激更多參觀人次。為了博物館之中的咖啡廳或商店，得到商業效益。
- 美國都由私人資助；英國的資助方式介於美國與法國之間。
- 文化與產業的合作關係是很重要的
- 國家藝廊科學博物館維多利亞國家海洋博物館等
- 展覽的重要性，經濟效益。英國每個月會統計去博物館的資料，2、3 月會呈現。圖坦卡門吸引很多參觀人次。畢卡索在國家藝廊的展覽也吸引了很多參觀人次。這些數據是很有用的，在拓展客群上市很重要的資料。引入企業化管理技巧是必要的。
- 很多企業或組織會以不同的方式統計數據，歸納出共同的指標，在資金原則上，就有衡量的原則。
- 要如何呈現博物館商業投資？一、要尋找機會、二、明確視野；三、博物館可得資本部分。國際性活動的舉辦以及計畫性的開發，我們可將純藝術與視覺藝術發展到淋漓盡致。
- 博物館特色要表現出來，能分配或歸納博物館的總類。
- 經驗與成功的團隊，能讓博物館獲得更好的發展。
- 展覽是很困難的，要先評估多少人次會來參觀、同樣的展覽對不同觀眾的吸引力等，這些都必須事前計算，指標上的研究很重要。
- 研究博物館投資的價值性在哪。
- 商業資產的審核，空間地點基本的收藏品基本的品牌基本的知識，以淨利來考量。有這樣的規劃，博物館才能產生不同的經營方式。
- 收藏品方面的使用模式，為收藏品提供品牌，在行銷上有加分的效果。將畫與收藏品讓很多設計公司來製作，如生活用品，產生前衛流行的風格。
- 價值因文化背景不同而不同，周邊商品或活動也是很大的經濟來源。一些組織的資金援助，以博物館而言，門票與導覽即是。
- 品牌帶來的影響很重要，對品牌行銷產生認同感。
- 許可與批發。

- 零售與網路商店。
- 博物館之內的活動：流行的趨勢。
- 活動承辦，展館場地租借。
- 2002 - 2003年英國博物館的收入：一億八百萬英磅。
- 參觀者對博物館的期待：真實性。接下來著重互動電玩遊戲影像電腦，來創造互動環境，給予參觀者一個全新的體驗。場地的氛圍，讓參觀者產生感覺，進到這個場地，並認同其所要傳達的概念，如懷舊與認同感等。讓參觀者找回當初的舊有經驗，「尋根」的概念。成為觀光者重要的吸引力。
- 博物館要有自行增加收入的機制，如書店、咖啡店。也能延長參觀者在博物館的時間。有時候參觀者會有目標性的拜訪，也時候以書本或印刷品為主，現在以博物館有廣告或意向的為主。對於尋根方面的討論，是現在博物館要找的路。現在非常重視優良的服務品質，博物館也能成為一個完美的服務業。專業的管理，希望能達成博物館商店的蓬勃發展。
- 精品的創造，是不可避免的趨勢，博物館商店的目的即是此。
- 品牌的力量是很重要的，不可忽略，是博物館商店所要追求的。成熟的市場也是很重要的，可建立完備的機制。
- 消費的驅動力：觀光者 / 紀念品，個人需求，送禮，商品狀態的陳述，教育自我成長，收藏。
- 特定的主題、顏色，與博物館有關的商品
- 展望：商品能反映博物館的形象，誘導選購博物館商店的商品。忠旨與主題以參觀者為訴求。
- 商品設計與文化延伸：設計引領當代，著重風格，文化商標（將自身文化當做商標），博物館整個文化的設計。
- 一般性的商品；藝術家的商品
- 收藏品能激發設計師的靈感。衣服與紡織業流行結合，將設計風格植入生活。
- 商品的實用性：零售環境，品牌的加強與博物館一同呈現的整體。博物館整體的環境也是很重要的。視覺、聲音、碰觸、彈性的原則也必須考慮其中，如商品如何保持流動，讓顧客不小心就買了商品。
- 服務層面：商品的概念是透過良好的服務機制傳達給顧客。
- 如與顧客進行溝通，如電子公佈欄、問卷等，以不花博物館成本為主要考量，如線上訂購。透過相關的文化企業，來銷售博物館商品，也是個很好的行銷策略。將貿易方式做改變，也是很好的選擇。

- 管理模式。
- 零售業。
- 英國資產，大部分沒有得到公家的資助。

結論：

- 要了解博物館的參訪者。
- 做到商業貿易的機會，讓觀光者記得在我們博物館的體驗經驗。
- 博物館的品牌，保留精品文化。

案例分析：

- 花園的花花草草圖案放置於香水乳液瓶子。
- 明信片、導覽、手冊。
- 梵谷向日葵 T-shirt。
- 兵馬俑的展覽也造成很驚人的收入，複製品、面具、印刷品等也成為很大的銷售量。
- 為小孩子設計的商店環境，互動遊戲或活動。
- 利用心理分析：「如何你是參觀者，你會想參觀怎樣的博物館呢？」
- 維多利亞時期的博物館：提供歷史價值。
- 巨石群作成的杯子、模型、雪球、項鍊等。
- 騎士與軍隊形象。
- 室內展演空間。
- 文化商標：提供文化認同感。

討論：

- 博物館的管理策略：藉由博物館的僱用才能成為管理者，跟博物館文化內涵有很大的關係。公司化或企業化的博物館，國家藝廊公司會負責管理商店的部份，在意的是所賺取的利益，扮演居中協調的角色。現在應「橫向」思考博物館產業的問題，尤其是商品的商業化與思考的模式。
- 英國詩人的遺址，英國有鼓勵創意人才創意思考的空間。
- 英國本土有大型的建築辦公室，可在其中進行腦力激盪。跨國間的合作計畫，或與藝術相關科系的大學生一起合作，這在英國是很常見的情況。
- 讓本土的建築家與國際建築家合作，這才是有趣的地方，藝術家之間擦出火花是最主要的合作價值。
- 授權的費用：在於商品本身價值的演算部份，與商品賣給零售業的價格(最主要的標準)作比較，淨值百分之七或十作為授權的費用。
- 博物館也改變了當地的景觀，就像公共的雕塑。博物館能長久永續經營的

- 方式，就是如何自行營運。館長大多盡己所能開發博物館。
- 『百分之百設計的專案』 - 鼓勵新興的藝文相關產業的年輕人才，藉由作品集，讓年輕人有機會參與藝術專案。
  - 博物館商品，獨一無二。

第二天 11/30

日期：97年11月30日	時間(場次)：1
主講者：Dr. Wook Steven Heo	場次主持人或評論人：郭蘇燦洋
<p>內容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 大家好！這是我第三次來台北。我對於台灣的文化也有些許涉略，我發覺韓國的創意產業和台北也有一些共通性。</li> <li>● Cousumer→Prosumer 消費者已經加入了生產行列。</li> <li>● 未來文化創意產業的發展：1、以高科技為驅動力 - 數位戲院的產生；2、全球化的發展。</li> <li>● 韓國文化創意產業：韓國政府投資五億元的資金於數位文化發展的部份，如電腦繪圖、遊戲等。</li> <li>● 韓國投資比較多的資金於數位文化產業，是比較好的途徑。</li> <li>● 韓國在電影產業有非常顯著的成長，這對於韓國本身的收入是很大的來源。</li> <li>● 在2007年可以看見韓國有明顯的成長收入，韓國電影業的出口漸在逐漸攀升當中。</li> <li>● 數位電影 - 有些民眾無法到電影院看戲，因此透過線上下載可以達到此目標。</li> <li>● 釜山國際電影節在韓國國內市場成長情形很不錯，所以可以持續發展。</li> <li>● 韓國肥皂劇 - 如大長今，大王四神記等。</li> <li>● 線上遊戲 - 是遊戲產業上主要開發的項目，尤其是網路咖啡店的程式影響很大，這對韓國本身來講是很大的利益來源。</li> <li>● 音樂產業是韓國創意產業的一大項目。大家都知道，音樂線上下載對於全球化音樂市場有很大的影響，2000年政府投入了四百五十萬的韓幣於數位音樂市場上。</li> <li>● 漫畫產業：政府在2006年投入7300億韓幣。</li> <li>● 手機產業。</li> <li>● 一億的韓幣投資在娛樂產業上，寓教於樂。</li> </ul>	



- 問題：政府技術不太充足，人力資源的缺乏。
- 政府政策當前所面臨的挑戰：如何建立文化創意產業的基礎呢？我們要使藝術、人文、科技等作結合。
- 政府必須支持文化創意產業開發的技術，將單一技術運用到各個層面。
- 如何支持文化創意產業在國外的發展？像韓國文化創意產業的代辦處，他們應該要把韓國的文化創意產業送出國外。

討論：

- 台灣在 2002 年以後有挑戰 2008 文化創意產業發展計畫。
- 以前歐洲文化創意產業發展最快，現在已經移至亞洲，像韓國發展速度就非常快。
- 講到有關寓教於樂這部份可否多講一些呢？利用多媒體產業來當作教學的工具，如有些動畫和圖像的呈現具有教育意義。
- 韓國在 90 年代時是什麼樣的背景？尤其是電影和電視的發展？韓國在各方面改變非常快速，新的政府讓我們有更多的自由，所以讓我們文化創意產業有更大的發展，尤其是我們的歷史，環境的改變對產業發展很重要。
- 韓流這在亞洲是非常突出的，韓流對於國際發展上有何影響？如何將民族本身的想法和觀點推展到國際上呢？資源如何外放是亞洲國家所面臨的共同問題，韓國在於仿效日本或美國一些其他國家上有一些問題。
- 韓國曾經有仿效過日本方面的問題，仿效技術面比較多，但現在比較不會有內容方面的仿效，如果說複製我太確定能夠如此來說的，因為各國文化仍有不同。
- 我並不是說複製這件事情不好，複製在學習過程中也是很重要的，只是想請教你的想法而已。
- 就我所知，最近比較新的一些台灣電影，如侯孝賢導演的片子，台灣政府所投資的資金是在創作本身，而非市場本身，但我覺得這兩者應該同時並進。
- 韓國電影產業主要的是著重在能不能賺錢，其實我覺得這不是很好的狀態，韓國最主要的想法是如何將以生產出來的電影推出到國際市場。
- 海角七號我還蠻想看的，它是個獨立製作，但政府有給小額資金。
- 因為有台灣人的支持，所以韓國電影才能發展，韓國電影出口到台灣，所以賺了不少資金，台灣本身並沒有評量標準來抑制外國電影的進口。政府的政策是不夠周詳的，韓國並沒有步上台灣的後塵，是個好現象。
- 電影可以算是種商品，但也是一種藝術型態，也可以算是一種文化。

- 亞洲有一個共同問題，我們必須想到要如何在國際上生存，這是一個很重要的考量。
- 中國大陸有一些很知名的演員，香港有一些功夫片，本身的表現是相當好的。
- 我們應該要廣泛從事一些跨國企劃的合作，我所說的並不一定是非常大的製作。
- 電影和票房之間的關係，是我們需要做考量的，對於藝術與製造如何統合是非常重要的。
- 講到有關製作電影，討論到電影本身原創性的問題，我們就純粹討論電影製作本身，其他行銷上的問題就不能當因素。
- 如何產生更多的創作者？現在電影技術的發展對於傳統技術上有何影響呢？就如同剛剛你說過寬頻發展的非常快速。
- 維基百科介紹各種不同的資訊，對於不同意見的想法提供，這時候選擇就是很重要的事情。
- 科技產生人類彼此孤立的狀態，網路是影響到現在發展的一個要素，我們不知道未來將會如何發展。
- 要如何將歷史劇變成比較現代化的情景？如何將傳統文化轉變成現代化的形式來呈現？韓國熱門的電視劇「咖啡廳王子一號」其實就和「梁山伯與祝英台」的架構相當類似，我想就是如何推動古老故事吧。
- 飲食文化在每個國家都有不同，但食材都相同，只是烹調方式不同。所以說各國的文化創意產業本質都是一樣的，但只是形成過程不同而已。

日期：97年11月30日	時間(場次)：2
主講者：	場次主持人或評論人：
內容： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 以政府政策角度回顧文化創意產業十年發展，經濟產業的情況做會報。</li> <li>● 聯合國貿易與發展會報： 從數據看到全球文創意產業經濟服務發展為四千兩百四十億美元，全球創意產品與服務總出口，香港為主要參與者，香港和中國皆佔有一席之地，香港在工藝品出口、視覺藝術品出口佔全球貿易量百分之三點五。</li> <li>● 創意產品究竟是什麼東西？數據參考性可參考嗎？</li> <li>● 什麼是創意產品？</li> <li>● 數據採集法：代碼分類，計算價值不是市場價值，是輸入成本運輸保險...</li> </ul>	

等等，費用還沒進入市場的價值。

- 創意經濟報告定義的創意產品有七類：  
設計品包括一百三十九項子項，時裝設計、室內設計，等等。
- 參考性：  
關於香港的部份，過去五年零成長，不到一個百分點，有些地區負成長，如：工藝品、視覺藝術品，音樂也是同樣的情況，網路的發展帶來非常大的衝擊，亞洲新加坡發展成長超過百分之二十，香港本土可能出現一些問題，用什麼方法怎麼看待文化創意產業情況？
- 回顧十年情況，九十年後亞洲經融風暴一兩年，把文化作為經濟成長的動力，到零三零四年，有具體的方法，重視產業在經濟的貢獻，提出不同方案，改善總體營商，與中國簽訂經濟合作協議，成立電影發展委員會、中心等較具體方案，零八年施政報告，成立新的部門，統籌創意產業辦公室，尚未看到具體的措施。
- 怎麼推動？  
單向性，強調產業增加值、對經濟貢獻，就業人口能增加嗎？比較關注經濟指標，零三年委託香港大學做的研究，第一次對產業做全面的報告，對行業定義為十一種行業，內容不同國家不同分類，重點不同內容少有不同，台灣把創意生活加進去，基本上跟媒體相關行業都在裡頭，當時統計結果占本地生產總值百分之三點八，對本地經濟帶來貢獻有多少被關注。
- 零六年做內部調查，用同樣指標在不同行業，行業以中小企業為主，為香港普遍現象，十個人以下為百分之九十五，設計業則為百分之九十六，行業增長點在內地，出口服務跟中國內地相關，數據目的只是對經濟比重關注，反應香港政府發展文化創意產業有較固定的想法，怎麼提高產業生產的效率提供好的願境，讓不同行業快速增長，為總體增長的目標，按不同行業有設定不同的處室。
- 把政府定位放在：  
有沒有基礎建設的投資與支持，改善生產率，推廣海外利多等等，這是具體的例子，成立電影發展局，香港電影在海外經營，讓中小型電影可以獲得資金，對設計行業來說，成立設計中心、每年舉行大型活動。零八年成立一個辦公室，對教育培訓的部份投入一些基金。
- 最近這幾年把重點轉移到具體的項目：譬如蓋一個藝術中心，把舊的廠房變成藝術中心 - 賽馬會，包括西九龍的文化園區，現在決定要建設；不同的地區重新規劃舊的歷史建築物改成文化創產業園區。

- 政府近幾年關注主要項目，這些確實有些問題存在，我從之前的數據整理出來幾個問題：香港整體經濟總產值，十一個創意產業總產值比值十年來沒什麼改變，說明十年基本上停下來，數據幾年沒更新但看不出有太大的變化。
- 從成長率來看，資訊科技、互聯網、印刷及出版，十一個行業加總，皆沒成長。
- 從就業率來看：九五年所有行業就業人口為十五萬，零四年十六萬，一些行業不統計在內的話，只有十二萬。出口呈現負成長，內部也無成長的局面。
- 政府對這些的理解，為什麼沒有快速成長，政府確實對推動創意經濟政策想法確實有點問題。單純用經濟的角度無法從新的角度評估它，也沒有把新的考慮放進去推動產業的佈局。
- 推動的想法在其他國家也提出來，我們不是沒有概念。第一、在地消費的問題；第二、創意活動跟空間地方性消費關係密切；第三、集群經濟。
- 我們對這些產品習慣全球化的流動，產品包括：工藝品、電影...等等，都可以不在本地生產，建築就是很好的例子，產品服務全球化的例子越來越多，包括動漫等等。
- 有些行為消費生產必須在某個地方完成，例如博物館也需要設計師設計內部；例如展覽，完成後必須在館內消費，這也是空間跟創意活動，創意消費不同的方式。
- 電影跟製造業，服務業配合，怎麼透過方式推動完成呢？還需要更多了解
- 成功的例子：在零五年，英國政府邀請家具設計師或賣家具設計師，推動設計家具的案子。再嘗試，推動產業需要關注放在經濟裡頭他所扮演的角度為何。
- 空間的部份：每年參與威尼斯雙年展的藝術家非常多，去的人也有旅遊遊客，政府推動的小冊子，介紹你旅遊的路線，在看完藝術節後，文化藝術在地消費旅遊消費結合的一個活動。
- 集群經濟：  
台灣對這個概念非常明白。園區的概念，跟傳統工業園區不一樣，例如：舊的變新的地區，這種型態的園區跟工業園區不一樣，套進去文化行業需要改變什麼需要考慮？
- 最近的一些例子，香港政府慢慢接受某些概念。灣仔：歷史建築物及重建的地區，舊的房子，政府考慮不單獨保留這東西，怎麼從區的概念變成一

個有活力的文化區，跟工業園區不同，上下游產業如何配合需要思考。

- 這些東西有概念尚未有成果。
- 政府未來需要關注：  
此領域不單只是創意經濟價值，非營利部門怎麼扮演角色，不能用產業指標評估。
- 過去十年談經濟價值，需要考慮文化本身，我們的教育等等，不完全是經濟價值的問題，對經濟價值沒太大的貢獻就有被邊緣化的危險。
- 非營利部門與創意產業的關係。
- 文化政策邊緣化。
- 創意城市加劇社會經濟問題的嚴重性：怎麼看待低層勞工，社區有能力生活的人要趕走嗎？中國蓋了很漂亮的社區，也把其他社區趕到別的地方，灣仔也是。

座談時間：

黃海鳴老師：

- 香港在文化創意產業無實質成長，有措施卻無改變，措施基本上較傳統生產業的方式，對於政府三種的建議：中介的能力及服務；第二種，在地的與到現場才能消費的經濟；第三種、群集，產生社會不公平現象。

問題一：

- 關於西九龍，文化白象的問題：
- 中國建立會議中心後，香港邊緣化問題：
- 集群效益：把幾個舊建築結合好像也可以連結小吃，是否更有發展性？
- 西九龍內部也爭議很多，到現在才有基礎建置，規劃將來要走的路，擔心投資過多將來會虧損，現在沒有較明確的答案，香港人願意冒這個險。帶來財力的負擔。支持的人：香港的文創市場為假的市場，政府佔主要角色經營這些文化行業也是公務員的體制，西九龍有機會發展出另外一套系統，博物館希望可以達到公私合作，嘗試一個新的方式，吸引一部分人對這個項目好像有種機會，突破過去過量投資的情況，我覺得這個計畫還是有一種想法，有吸引力。
- 迪士尼現在是虧本。
- 海洋公園非常本土化，十多年歷史，是成功的歷史。原來非常擔心迪士尼來了會打垮本地的。後來發現，海洋打垮迪士尼。迪士尼肯定要改；想法二、既然機構辦的不好，是否政府需要加入？現在尚未決定，但肯定願意

支持海洋公園，怎樣打造本土化園區與迪士尼競爭？

問題二：

- 電影法律的問題，法令改的話，電影局就必須改，香港狀態是個模糊的機制，政府如何回應。假市場做出來的市場，政府納入相當多的資金，這樣應該如何解決這個問題，未來有點難。
- 文化的問題：從中國大陸法律來講，香港人的身份還是境外的身分，統一的問題上解決但是具體營商的還是外來的機構，確實現在也是這樣。我剛剛提到的確實也幫不了太多，香港確實給內地的人來說是境外的人，久了，語言、生活習慣也是非常密切、模糊的狀態。法律把當作外地人，文化的語言內含生活也不然是，模糊狀態有利也有弊。
- 利的是，電影的市場利子，內地電影有跑大片的路，對中小型沒有太多出路，精力集中拍大片，張藝謀等等，投資龐大的電影，大片種以下主要是香港的電影。合拍的方式，投資者出版為內地人，導演演員等都是香港合拍的方式，投資方多了內地的機構。用這種生存的方式，不能直接進去拍電影，內地市場需要大片以外生存的空間。現在生存的空間主要是香港透過一些國家合作的模式，模糊狀態下可以生存的方式。
- 電影公司累積的人脈市場，政府可以做的不多。政府嘗試做，尚未有成果為廣播這一塊，中央政府不容許使用方言，最近有鬆綁的狀態。在深峻、珠海、廣州都出現方言的電台廣播，這個說明，在語言比較相近的環境，廣州話為主的產品進入廣州，從法律法規來說是不可以的方式，省級以下的官員可能有不同的想法，對推動本地文化是有利的，用什麼方式讓廣州話生產作品怎麼流通，推動文化產品的工作確實尚未有概念，議題可以被討論，可能是可以展望的機會，政府過去做了假的市場，主要是在文化藝術領域。
- 政府詳立的補貼對項目的支持，主要從文化活動來說，是補助非常嚴重的項目。體制要改變不容易，管理的公務員不能馬上切掉，怎麼通過方式讓他們慢慢過度，地方可以承受的環境這樣不容易，禧九龍為什麼是個機會？因為給人家一個機會可以慢慢轉變經營方式，要等規劃後才能體現出來。

問題：

- 香港技藝的輪廓：  
台灣也有台灣技藝計畫，香港臺灣團隊交流過很多次，保留本地歷史文化通過網路可以檢視，讓更多人可以了解本土文化兩個不同之處。台灣有豐

富的文獻記載，把大量文獻數字化透過圖書博物館檢視；香港對於這邊不是很強，用的是按不同主題打造主題為主的網上數字庫，通過整理組織文獻資料來自不同歷史文化的資料，是個項目的主要目標。

#### 問題

- 在文化上面的虧損問題，這樣的報告到底有指出正確性？創意產業的投資影響跟狀態樣怎麼理解？我們有進步嗎？有關電影產業或其他園區等對文化產業有所貢獻，電影產業與其他產業結合，所以我們創意產業的價值會影響很多其他產業，怎麼影響呢？有關進出口分類表，提出的意見是不錯的，關於很多經濟發展的委員會可以藉此看到產值的直接關係，這樣的公共政策提出的經營有正面的發展很重要。就業率的問題，算一個有趣的切入方法，以香港來說，有非常多的創意產業已流入中國，在就業上會有問題，工作資格不被註冊很多流入中國，怎麼控管呢？到底思維潮流及經濟上的影響還滿嚴重的，怎麼刺激？溝通是很重要的。在之前溝通還滿興盛，現在有衰微的跡象。價值不在那麼重要，什麼叫做創意產業跟製造業呢？怎麼分明呢？
- 我很難提出明顯的解決方式，尤其是這樣的遠景，或是我提出較好的方針。麥克指出其他非常有趣的議題，很有可能在未來值得討論的方向，我們討論的很多有關創意與文化方面的發展，但我們並非政策制定者，評估工具的不足存，輸入或輸出來講這觀點。我們把生產要素變成評估標準是否可行？我們也不太確定。可提出關於製造方式及模式怎麼放入文化觀光產業中，有關產業聚集的效益，產業結合這樣的作法希望能夠成行。規劃成一個行政區，先前我們沒有投資的契機，英國倫敦比較普及，北京也可以看到這個問題，如果要建立行政區，災難性的影響，將來必須要著重。

#### 問題：

- 對文化創意產業，僵局最後的成果，忽略中間產值統計上的盲點，國家政策需要思維，重新探討，文化產業價值太重經濟價值忽略文化，經濟產值較易量化，其他文化產值較難建立一個指標，學術重新探討的可行。
- 香港地位為中國配套，華人文化圈、新加坡、台灣、香港、大陸、華人文化創意產業配置上，我們需要做產業配置的關連性。你對這四區域發展的定位扮演怎麼樣的功能跟角色？
- 九八年到兩千年前後，曾經有一討論非常多的問題，大中華地區不管文化或經濟有非常大的願望，在這夢想中有不同媒體嘗試做不同整合，香港也參與當中，但最後都失敗。文化資源想像跟配置跟市場具體的操作，法律

法規跟當地的等，都不一樣。以香港來說，會以政府投入的角度，香港媒體嘗試用聯盟的方式打造，尤其在出版業這塊，但都不太成功，台灣的蘋果較成功。在不同的地方有不同的經營方式，把一種產業作為一個地區來推展有更多考慮，不好鼓勵政府來參與，它用宏觀的角度來看，對市場實際面較難發現。

問題：

- 文化自主性的問題。對於歷史解釋重建的自主性看法，歷史文化資產包含空間建築再利用，藝文創產的活水源頭，香港技藝的問題。關於書寫香港的故事在去建造的同時有辦法跳脫政治的框架嗎？
- 也是難，官方對文化有依靠本身的語言傳統不太強，過去英國殖民，沒有刻意鼓勵文化自主的概念，所以沒有長的官方的語言對歷史對文化，怎麼解釋自己的過去，它從來不參與這一塊，政府是被動者。好處：沒有被控制，香港確實也有類似南韓的情況，跑出新的觀點，也有挑戰殖民地政府體制等等。被不容許的電影當時也有，九七年後，我不太認為有非常強的政府思想，雖然他想但不成功，具體的項目能不能跑出禁忌的一些東西很難說，要看項目的情況。我現在參與的活動可以自主的空間非常大，有些情況是政府給你錢，要說什麼要透過政府，也許也有這樣的情況，但我處理的幾個案子都沒有這樣的問題。

問題：

- 會議中，北京代表說了一段話：我以後不會再參加類似的活動，我在北京每年有一百多場的演出，只有香港人要做國際的交流，北京文化人已經有國際性的傲慢，中國能代表全世界整個文化嗎？不盡然。香港舉辦那個會議，想要亞洲文化中心，做亞洲藝術文化中心，香港有相關的議題持續被討論嗎？
- 政府確實對整個中心概念都很支持，肯定希望提高水平及位置，換個角度從創作人從業者，是不是中心對他們來說太過於遙遠，合作的火花，網絡有沒有滿意，這個才最重要。有一團創作人與管理藝術的人比定義一個中心更重要，香港較關心這批人變成青黃不接的情況，下一批怎麼開脫自己的網絡反而更重要，中心的問題給政府考慮，如何達到需要細部的討論。

問題：

- 在臺灣，空間保存的部分有很多學生及社區營造的團體加入，請問香港有嗎？
- 香港的機會不多，因為所有的土地政府控制嚴格，民間直接參與規劃改造



的課程都不是非常有益的事情。近兩三年，政府去年開始，把十個不同地點就的建築物用招標的方式，與民間合作經營，不准做太商業的東西，第一批地點去年公佈，往後會再也多一些，會多一些機會民間主之專業人才團體在規劃的部份發揮更多作用，機會比過去較多了。

日期：97年11月30日	時間(場次)：3
主講者：	場次主持人或評論人：
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 內容：</li> <li>● 日本文創產總介。</li> <li>● 第一、有關 caves 學者觀點。</li> <li>● 創意藝術分工合作的例子，就像音樂家與唱片公司。</li> <li>● 日本的內容產業是什麼呢？重點放在大量資訊與分校的系統上面，與媒體做結合。</li> <li>● 創意產業和內容產業涵蓋同一個產業，動畫、電影電視藝廊，台灣也是同樣的例子。</li> <li>● 皮卡丘例子：角色被用在動畫電視電影書籍以及相關商品，這是內容產業非常好的例子，我們用在不同的媒體上面。內容產業在日本市場規模達到一萬，世界佔地二大的位置，第一名為美國，日本內容產業發展相當的好，佔百分之七十。</li> <li>● 兩千零七年市場規模：電影電視影像佔百分之三十五點一；影像佔百分之十三點五。任天堂是非常成功的遊戲公司，在日本來說，他們非常成功；百分之四十二在書雜誌及報紙上。但是在日本市場規模成長並非那麼明顯。和香港非常相似，一九九零成長非常快，現在並沒有，日本也是相似的，我們現在的產業已經沒有成長那麼快，在日本最重要是出口大於進口。全球化市場裡面我們無法出口大量商品，另外一個問題，內容產業下滑趨勢，在網路方面有上升成長趨勢，青少年族群不再買 CD，我們有手機跟網路的功能，他們透過手機及網路聽歌曲，所以這塊市場有下滑的趨勢。</li> <li>● 創意產業政策：對於日本文創代辦處，這些文創代辦處有不同政策策略對於文創產層面在日本。</li> <li>● 日本政府部門對於文化遺產的保存有相關的政策，在一八七一年被提出，在一八六八年有閉關政策，所以對其他國家沒有連結，原本在歐洲市場而有所切斷，有關文化遺址保存政策在一八七八年被建立，文化局代辦處一九六八年建立當代藝術建設，一九九零年後快速發展，透過基礎法律提倡</li> </ul>	

文化藝術方面推動，在二零零一年開始引進。

- 政府對於著作權的保存有一定的著眼，跟其他國家相比，日本對於著作權的保護有悠久的歷史。在撥恩條約理，一八八六年加入，加入在一八九九年，日本對著作權保存有歷史所以保存完整。
- 文化政策法則：內容推動，電影、漫畫、動畫、媒體藝術，文化內容不太有經濟上效益，我們注重將創意融入，二零零四年文化局開發四個主要觀念提倡電影影像。
- 四個觀念：創造具吸引力電影、宣傳電影、培訓宣傳人們在媒體藝術。
- 日本電影節傳播，慢慢產生連結。與其他國家舉辦藝術相關展覽，如何結合？怎麼推動自身文化？在法國，藝術資產非常雄厚，日本可以齊頭並進嗎？
- 有關產業貿易經濟部門，著重文化內容產業經濟上，著重如何得到經濟上價值。資訊科技法則在二零零一年發起，國家政府創立推動智慧財產權法規。如何推動文化產業？所稱內容產業，二零零四年被開發，內容產業七個重要產業內容之一。日本首相對藝術沒有什麼興趣，我個人認為。
- 所以我們產業貿易經濟部門較在意經濟成長方面，經濟成長效益如何結合是主要考慮課題。文化局較注重文化開發、市場規模部份，關於內容產業在日本的市場規模佔世界第二。立志推廣自己文化創意產業是最重要的。
- 外交部：國家政府了解到流行文化的重要性與民族性有重要的關係，如何拓展全球的市場在日本是非常重要的課題，外交部用文創商品為主要的手段。如何讓日本形象更好，那是最重要的。形象的問題細節相關，基礎元素需要考量，角色扮演節慶，市政府辦的活動，外交部官員說這非常重要建立起不錯的形象是非常值得注意的。
- 優勢及問題：  
日本在創意產業角度上有廣泛的扎根方式，在傳統文化展現方面非常豐富，流行文化與傳統文化在日常生活當中有不錯的擴散性，如動畫與遊戲等等。
- 怎麼使用傳統手工藝及現代藝術與設計呢？
- 文創產強項及優勢：在沒有政府情況下繼續發展呢？第二次世界大戰之後一九六三年動畫在電視上的呈現。
- 日本的問題：創意產業；合約；創意產業中基本的不確定性；創作者創作將面臨什麼影響？創作者本身不能確定賣不賣，誰願意冒這個風險。學者說總收入部份須有所分攤，不是用淨利來分攤，賣了衣服，畫畫廊要與藝

術家平分。

- 日本有關總收入分配，在日本還沒普遍，合作商事大型媒體公司，媒體展現的文化內容有很大的關係，大型合作商導致不平衡狀態。一九七零年公司取得製作權，電視公司付固定的成本給製作的公司，製作的公司不可用其他方式獲得淨利，可看出有關動畫製作公司他們的收入，最好的動畫製作公司從技術性來看七萬，電視公司收入卻是十五萬左右，是兩倍。電視公司的僱員是所有產業中算滿高的，著作權的分配從電影產業發展，電影製作委員會，政府政策著重對產業的發展方面，試圖拓展全球市場，希望整合市場。
- 深入探討：誰能得到著作權？誰得到利益？努力的公司不一定得到較多淨利。這個問題探討的話，牽扯很多層面。進一步說，媒體公司失去數位化潮流的定位，除了套裝軟體，譬如 CD，其他透過網路的東西慢慢增加。在日本，創作者藝術家對本身有非常大的問題，他們很少有機會作生意
- 結論：二零零五年荷蘭發起一個政策，如何將創意產業提升到國家規模。製造者介於經濟部門與文化部門之中，兩部門合作，阿穆斯特丹合作計畫。文化與經濟結合的問題，在日本很難有整合情形，東京大學為最高學府，研究結果在教育部呈現，無法在其他層面。狀況有改變但合作還是不太足夠。
- 總結：  
獎勵性動機較重要，專門合作上優勢非常大，藝術價創意者較無獎勵性。如何設計動機，促進合作，是藝術方面經濟方面合作設計。

#### 座談時間

- 藝教館館長  
對日本內容產業的概述。對中央各部會相關的分工分析報告，對內容產業發展的功効與問題，對日本內容產業優勢即存在問題做非常精要的分析。
- 問題一：  
悠久歷史傳統共同問題，文化傳統悠久如何結合？
- 問題二  
文化局想刺激觀眾產生興趣對文化創意產業，如何著重流行文化的發展。日本與法國有所差異，流行文化層面有包容力嗎？才能技術包容三大重點對文化產業有主要的觀點，那個為最重要？塗鴉是流行文化產業的其中項目嗎？在法國很流行。

- 日本流行文化是創意產業重要來源，套裝文化越來越是。如何包裝？配合年輕人嗜好，是考量方針，消費者與流行文化的關係是發展的指標。
- 問題三
- 模糊的概念有關經濟部門與文化部門的合作，對於這樣的合作有什麼期許？
- 經濟與文化方面合作的必要性，他們的發展在日本還是不足夠，在兩者之間的結合你預期如何效果？
- 產業貿易經濟部門想使用利用我們的創作者，利用創作者產生的才能及內容貢獻在這個產業上，例如如何舉辦節慶及展覽。在荷蘭，經濟部與文化部的合作我有看到。文化先發起到底需要什麼？創作者到底需求什麼？經濟部也應該好好考量這樣的層面。創作者藝術家本身，經濟部尚未考量這一點。
- 注重藝術家創作出商品的經濟效益面。
- 問題四
- 文化出口部分，文化出口對於日本的策略。日本的文化有出口到臺灣、中國大陸。日本電視劇比台灣成功我個人認為，對於日本市場對中國的行銷較困難，因為市場較大，這樣的文化出口方式提昇日本文化認同部分，對於遊戲及動畫部分較容易，出口日劇也非常成功，不僅輸出日本文化還輸出日本型態，計算這樣的文化出口效益所得到經濟效益應該會更多吧？
- 產業貿易經濟部數據解釋這樣的現象，遊戲及動畫部分出口才會超過進口其他還是進口大於出口，尤其對於遊戲成就。在南歐部分國家還滿支持我們這部份，這樣的成就在於政府的支持。日本文化特別的地方，若無政府支持，我們動漫還是在全球非常盛行，其他的遊戲也非常成功的出口。就整體來看產值的部份進口仍多於出口，出版商部份，在這方面市場有所限制，很多在歐洲大學一八九零之前對於日本文化都非常激進，出口較困難到底哪裡有問題？
- 問題五
- 設計方面的問題，有非常多關聯性很多設計離開日本無回流，永續發展有什麼長久發展呢？
- 沒有所謂的設計部，曾經成立小小的管理設計部門，文化部對於設計建築較無涉略，沒有來自政府的資助。有很多設計家，政府沒有太多努力，所以沒有太大的成效。日本的設計是很有前瞻性的產業，像動畫，所以一但有政府的介入，不一定有很好的結果。很多藝術家想和政府獨立，新加坡

有非常重要的主導性，政府主導。日本公司主權比較大，自我資助是較常見的，在未來我希望經濟部或產業貿易部門對設計多一些心力。

- 問題六

日本文化在台灣非常流行，我問過製作者為何製作那麼多角色？他希望角色建立非常完整，因為每個角色有十五項的商品樣式展現本身特色，就有很多周邊商品，很成功的策略。

- F4 來自流星花園，日本電視劇變成台灣偶像劇的存在，對台灣的影響力很大但是來自日本。

- 評論

你覺得日本政府對創意產業不太注重，對於散佈或分佈的重點較著重，據我了解，像法國，我們對藝術家的創作較注重。

- 講者

日本真的較重視市場上，並非創意本身。有關文化局部分在一文化提升較小機構跟經濟部來比，經濟部較大，所以他們較注重全球化商品的部份，台灣與日本的合作，我們會試著與其他國家建立合作。

- 問題：

文化與經濟的關係，與韓國很像，關於文化本身本來就是一起改變的。像政策的部份，我們讓藝術家想做的事情，因為產業結構逐漸改變，所以人們現在將文化與媒體的結合變成重要課題，如何將生產公司以及多媒體公司結合電視電影廣播等等。像基礎建設，如何建立公司對於這樣合作產生經濟上的影響。希望對於文化建立可以控制到文化內容的實現，有關數位產業發展，越來越方便接收到文化，集不同資訊，所以快速發展對文化本身有威脅性。你覺得以文化為基礎的公司會有資本不足的狀態嗎？被現在多媒體公司取代？

- 學者

政府控制較微弱，人民較自由創作，政府了解創作者由其獨立製作者的重要性，甚至電視公司或廣告公司他們有較大的力量，他們會被這些公司控制、控制資訊，在日本人民的力量還滿大的。

- 著名的事情，人跟人在網路怎麼溝通，是文化的指標。人們藉由這樣的對話內容從網路取得，我覺得我們文化內容不僅是大的文化公司支持還有一些私人的影響。

- 問題：

廣告也和汽車業都有結合，賓士是很好的例子，跨部門合作。你對於這樣

的藝術形式有什麼看法？

- 文化產業藝術性還是很重要的，製作商對本身藝術產業內容希望獨立製作出自己的想法才能與其它結合。
- 問題：  
如何建立你們想要的觀眾？怎麼達成？
- 試圖理解觀眾需求是什麼？有時候看哪些電影是觀眾所喜歡的，這樣發展也會得到較多支持。
- 問題：  
文化經濟之間的合作，以政府來講，誰能夠在市場上貢獻好像是比較重要的。
- 比較大的公司或代理商好像有較多貢獻，簽合約時較主動動作。
- 政府想僱用獨立創作商，藉此能夠提升市場競爭性，投資是否是重要的問題？直接投資在製造者上面，再來在想如何傳播，那個比較重要？
- 大公司的衰敗、科技的轉變，還有不同的分配大公司轉型了，誰應該負責呢？政府對於著作權有何想法？系統性控制還是保有空間，下一個階段才有更好的環境提供？
- 製作者得到資助就能夠更多的權利，這樣才能夠做更多商品。這樣還不錯的方法，比給大公司一筆錢好多了，在日本有些公司有權利就削減的資金製作者取得，我覺得獨立製作者得到資金比較好，歐洲國家以文本考量投資電影業，以文本上考量對於賦稅制度考量。
- 著作權：在日本法律專家有非常嚴格的審核，考量對於數位化後要怎麼做較恰當，因時代不同有所改變，不同年代有不同適合性應考量。我們應該從經濟角度來訂定，法律與經濟一起考慮著作權訂定，收集較多的數據提供未來的方針，著作權對藝術家的領域有何影響都是考慮的範籌。
- 藝教館館長感想。
- 二零零八年，日本在文化創意產業總產值約日幣三千億元總產值，其中強調成長率最快的為電子漫畫、動漫產業。電子漫畫透過電腦手機等閱讀的漫畫，成長的速率成長百分之一百四十八左右，數位內容產業快速發展有密切關係。
- 研究發展角度：
- 評比：國科會零七年美國專利數目全世界最多，日本第二，台灣第四，日本研究發展非常多。
- 創新力：

經建會，零七年，經濟學家公佈，八十二個經濟體。第一名日本，第二名瑞士，美國，瑞典，台灣第六名。

- i t 競爭力：美國、日本，台灣第六。
- 日本在全球這三項目中數一數二，值得我們學習。台灣文建會行政院也在明定具體目標，台灣需要警惕。台灣文化延伸中國文化，中國大陸發展文創產，台灣如何競爭下從共同文化基礎裡發揮創新，融合創意的思維是非常重要的。發揮台灣本土文化政策加以產業化優質化是努力的地方，思考的重要方向。譬如，故宮近一兩年，文創行銷的產品發展，設計產業故宮做的非常有特色，每年有好幾億的產值，每天有一百萬的營業收入。

日期：97 年 11 月 30 日	時間(場次)：4
主講者：Dr. Michael Keane	場次主持人或評論人：林登讚 先生
內容： <ul style="list-style-type: none"><li>● 創意產業「產業化」比較好？還是「創意化」比較好？全球化是不是一個好的發展情形？</li><li>● 什麼叫做創造力？</li><li>● 分辨文化的經濟體以及創意產業。</li><li>● 有些產業沒有創意，我們可以稱它為「單一性的無聊產業」，或許比較適合。</li><li>● 如果創意產業引進國家會造成什麼發展？現在的文化創意產業其實是處於非常神秘的狀態，要如何發展？</li><li>● 經濟、政治、文化、價值鏈、政策都會影響到創意產業本身。</li><li>● 創意產業的價值？它不是一個新古典主義的經濟學理論，而是生產要素的呈現，應該是一種 “知識學習以及革新的組合” ！並改變我們的想法。</li><li>● 革新系統，國家或地區、或區域性的。這是 1990 年開始的想法，其實就是想對國家或區域進行式的開發。不只是文化的本身，而是更大的市場、個體的藝術家，以及創意的革新、社會背景，奠基於個人選擇，複雜在複雜的社會背景，就能激盪出更多的個人特色</li><li>● 社會網絡對創意產業，因為革新的不確定性，就能造成創意產業的產生。社會網絡就是一些行動的裝置，連接起友人或團體，是一種透過社會網絡的市場新興現象。例如：票房的年代已經過去了。</li><li>● 藝術文化等等在經濟成長中扮演的過程？1960 年很多人爭執藝術性的非市場價值。很難辯論這個問題！</li></ul>	

- 1970 文化的經濟學。
- 1990 創意產業的興起、經濟的成長、城市的重新成長，演化的方法。
- 輸入與輸出；創意的輸出；經濟的輸出。
- 創意產業矛盾？創意抽象，但產業是有系統的？產業是機構，創意是概念衝突？有人說這已經產生新自由主義，可能有企業獨大的情況產生。
- 1940 年已經呈現文化創意產業的一些觀念，他們將人類轉化成一個不確定的個體，並引起討論！文化產業，比起博物館有更多的發展空間！要跟流行文化有所連結！文化是個很大的層面，文化創意產業跟很多的產業結合！
- 切餅乾的方式，將主要的想法切成小小的概念，以區域性來呈現。如創意的群集等等，因此就形成文化區或歷史區等等。但這些想法各有爭議！
- 不穩定的勞工，這是新想法！有關創意產業的不確定性，或許是思想上。穩定是很難的，因為創意是抽象的概念。
- 公共的商品，因為來自於政府的資助，故前景樂觀，社會福祉，有較高的自我認同感，透過合作化，較能得到資助的鼓勵。經濟對於文化能有貢獻，對於精英使用率比較高。
- DCMS：人力該如何分辨，教育的革新是很重要的，吸引國際公司來設廠。
- 紐西蘭：設計上為主，政府重視部門的概念，重視強勢的部份。
- 文化性或創意性：與歐盟合作；全球討論討論文化創意產業的問題。將概念作進一步的擴展。
- 發展中的國家有兩難的情況。
- 澳洲：文化商業的部份。有關文化所引領的經濟體系的修復！如何與現代的群集效應做結合，並影響到創意產業。一開始引進創意商業的概念時實行情形並不理解。美好的自然環境，引起創意商產業的興起。價值鏈，促進人力資源的停留！有很多資金，注重教育 與文化的發展區同步進行。
- 例子：澳洲的大學。文化學院變成創意學院。與企業中心有貿易上的合作、投資、政策、企業上的發展（廣告文學廣播有不同想法的開發）
- 例子：澳洲研究協會。辨別創意產業，室內設計的貢獻，都市村落！
- 設計系將不同領域的人才結合在一起 不同專長的人一起展現不同的能力 各大學的創意村落，能一起分享創意。建立目標：好好利用週遭環境，達成創意的目標。
- 國家想要分類出遊戲等等實際發展的東西，於是我們很難計算出發展的情



形。

- 創意產業，這名詞雖有人提出爭議，但我們能使用之。
- 內涵：革新、企業化、資金的取得、市場的開發、創意的群集、智慧財產權。
- 經濟的觀點：故能對全面創意產業發展的
- 創意其實是跟適應模仿保存自我整合有關，不是跟產業本身有關聯
- 四個模型：福利模型（主要的評估要素，但會造成市場的衰敗與不平衡，從政府得到資助）；競爭性的點反（不需政府資助來存活）；成長的典範（廣告，他們說創意產業是慢慢的在成長）；演化的典範（能體現出文化產業的進展）。
- 設計的產業比其他產業成長速度都快。與新的商品服務做結合，比較好的演化政策，產業本身很重要，但其本身的作為與模式才最重要的。
- 透過格新的指標，為什麼創意產業對於經濟有助益。社會網絡的市場也有很大的涉獵。
- 起源（企業化）；適應；保留。
- 三叉模型模型：三層面 - 1.專業專家；2.有所聯結的人；3.本身職業。職業的種類很多，很多人不是設計類，但他認為自己是設計業個體。用此模式來分析每個人在社會的職務，這樣比較全面。
- 品牌行銷方式：上海某地區拍攝的影像。以創意來開發。
- 文化創意產業與文化是有區別的。中國產業好像比文化重要。最明顯的手段：如何產生創意的元素，奠基有關群集的部份。有些工廠有很多新興藝術家的移入，增加地區的價值，如 7 9 8，有機的思想體系，每個人的分工，造成藝術與觀光的結合。這些藝術家就像遊牧民族留下作品，然後離開。
- 政府著重建立動畫基地（7 所）。城市間圍繞的中間地帶 就是我們文化創意產業創業滋生的地區。創意產業之中，創意是很重要的。但，太多的輸出，會造成資源過度外放的現象。
- 產業性：利用多少的成本，能得到多少。
- 創意，不只是商品服務，而是要有「我要如何生產一些想法，要如何刺激全球性的注意。」想要有創意就要以不同的方式來思考。
- 但本土性也是好現象。
- 有關創意產業的過程也不只是本身，而是過程，如參與的人們或社會總體。而是要思考如何將地方特色，並與本身思維做結合，而不是商場或賺

錢，要思考要將這地方創造成什麼狀態。

#### 討論

- 對於中國來說，他們有傳統文化；台灣，有動畫音樂方面的傳統。電影太表面，直接批評中國的發展是不公平的。張藝謀是個很好的創作者，瀟江風景。
- 傳統的文化對於比較年輕的一代比較有吸引力，透過電玩等東西來了解。如三國演義不只可讓我們了解歷史，有可以用一種更獨特的方式來呈現。
- 798是個特別區，有很多開放性的空間。
- 文化上的區別，如果能讓城市或地區產生多元性的發展，就由自然環境與當地本身特地的結合，就能發展出多元性。開放的態度。
- 最主要的創意產業，現在大多著重在產業部份。創意產業與文化產業的關係，動畫是個好例子。試圖激發出到當地工作者的創意。很多的文化產業轉成創意產業中的小因素。舊的建築藝術，納入新的創意點子。現在越來越多，文化是建築在創意的基礎上。
- 吸引更多人參與文化區。

#### 閉幕：

日期：97年11月30日	時間(場次)：
主講者：林炎旦 老師	場次主持人或評論人：
內容：	
<ul style="list-style-type: none"><li>● 在文化創意產業上，我們都關注到市場的問題，但沒觀察到什麼樣的狀態或方法、給予怎樣的機會？台灣在這幾年常在爭論的議題，像華山是藝術家大量發展的場地，但最近像奔牛節，這些機會如何在台北被創造出來？澳洲如何解決這樣的問題？</li><li>● 我們在布里斯本有一個開放的空間，那裡有一個像小型的社區，是一個你能更去看澳洲的歷史、反應澳洲歷史的一個城市。透過一些電影紀錄片的模式我們可以記錄我們開發的腳步，這些的腳步能跟電影產業是有所關係的，但有些地方會展演出非常有趣的電影，介於小社區這樣的展演來宣揚他們的文化。像我剛剛講的七九八，你可以去做七九九，如果你的目標只是想賺錢，那只能讓少部分的人開心。（澳洲學者）</li><li>● 政府需要介入藝術嗎？要如何介入？副作用會不會大於正作用？文化政策到底要如何伸出我們的手？</li><li>● 以華山案例來說，過去是一個藝文特區，有許多前衛藝術在集結，政府如</li></ul>	

何去支持他們的創意藝術？給一點時間是可以連結出來的，而七九八是一個創意小鎮，現在很難評論他是成功還是失敗，還是要給它一點時間和經費去整理。而紐約是寸土寸金，選用的是早期的倉庫，有一些藝術家的進駐，他們可以用一些前衛的方式來作展演，來改善環境的模式，當然也是需要一些時間。剛開始看，你會覺得很奇怪，怎麼會在廢墟辦展覽？政府需要給那些藝術存活的空間，法律的部份也需要鬆綁到大家可以接受的程度，在文化的部份來講，文化一定都要賺錢嗎？但很多文化的面向是不一定賺錢的。（林處長）

- 在法國，我們很多人都舉出類似的問題。法國有很多不同的藝術，我們為何會支持藝術呢？我們覺得在創意產業上有許多人工的部份，和人工作結合。你覺得藝術家會不會在創意產業上有所堅持和懷抱呢？獨立藝術家的成功本身不就是很好的例子嗎？就像畢卡索本身能自給自足，這是我本身提出的一個觀點。（法國學者）
- 有一個問題，政府過度以金錢支持藝術，會讓他的創意發揮不出來，反而是有害的，台灣的創意園區產業面是還看不出來的，落差還很大。政府在這部份如果急公好義，想要趕快有成績的話，是會有不良影響的。對於我剛剛提到環境的營造、法律的鬆綁、稅的減免，是可以來思考的。以現階段來講，文化藝術界的啟發是可以來思考的，琉園或琉璃工坊這類的創意產業公司，他們的創意發想人員是在臺灣、製造在大陸。（林處長）
- 提到創意教育，創意基本上在台灣教育是被抹煞的，自由的氛圍才有創意的可能性，華山雖有創意的空間，但建構在金錢的機制上（投標案、商業化藝術節活動等）是會影響其創意的發展。（開南 張主任）
- 不要找一個不適合你的東西出現在你的週遭，基本上這是不適合文化創意產業的。
- 現在全世界都在推展電影產業，我們對韓劇產生哈韓是從大長今開始，印度也在推他們的寶來塢，我想知道韓國如何發展？韓國電影有一些發展計畫，但因為現在有全球經濟危機，所以有些計畫暫時無法執行。教育也是非常重要的一個點，尤其是對於亞洲的一些國家。我們在韓國致力於開發藝術性的學校，這些學校是由政府資助的，讓所有的市民或學生可以融入藝術之中，創辦一個產業的基礎是非常重要的，這樣才有長遠的發展。（韓國教授）
- 藝術如何能夠釋放自己的能量？對於一些計劃或廣告的宣傳，在很多廣告上我們會注入純藝術，美國有一個比較主要的問題，一些高知識分子對於

藝術的接受度不是很高，我們要好好保存還是毀壞它呢？我們的公園裡有一些表演團體，表演有各種不同的形式，這是我們美國藝術形式的優點。在我們鄰近的區域都有一些不同種族的藝術團體，你不能只計畫行動，你要直接行動！藝術人應該要很開心，我們在美國可以有自由性的表現。  
(美國講者)

- 藝術家不用政府支持的部份，蠻多駐村藝術家得到相當磨練和成長，建議
- 學界辦的研討會都是偏向專家學者的研究，將來是否可以朝著產業界實戰的經營來討論。

### (三) 參與人數統計

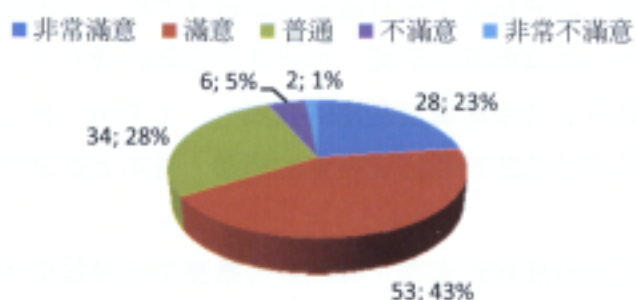
國際研討會參與總數：

- 網路報名：202人
- 現場報名：98人
- 男性：122人；女性：178人

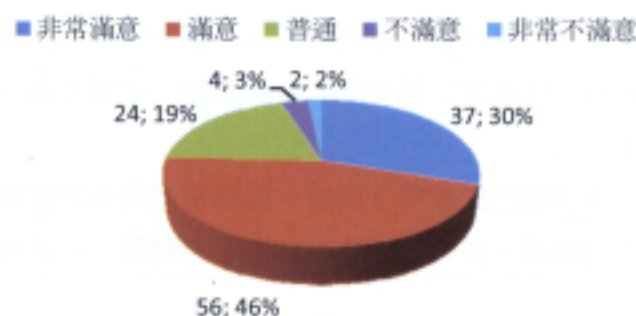
滿意度調查(問卷回收123份)：

- 研討會滿意度

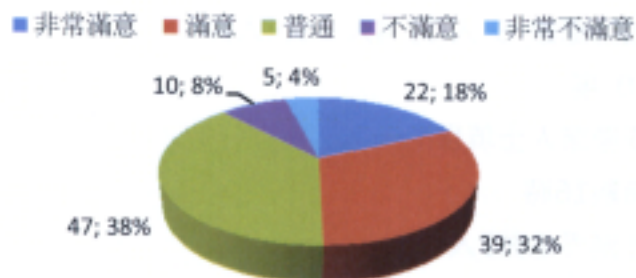
邀請師資表達流暢生動  
(人數；百分比)



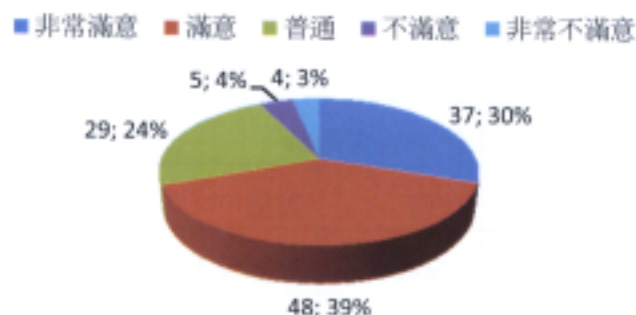
活動內容的助益性  
(人數；百分比)



工作人員的服務  
(人數；百分比)



場地設備及餐點安排  
(人數；百分比)



● 研討會訊息來源：

訊息來源  
(人數；百分比)



● 其他活動相關建議：

1. 本次研討會論文集的出版
2. 增加互動、工作坊的機會
3. 直播設備有中斷情形須改進
4. 翻譯專業可再加強
5. 研討會場地地點隱蔽、樓層限制有所不利

#### 四、餐飲組

1. 人員陸續到，人數統計不易，導致便當數量統計不易。
2. 點心，有「點心殺手」，是否要用餐盒？
3. 行程太趕，無法確認，可提早討論。
4. 茶點，是否可提供茶水或水果就好？
5. 早上是否需要茶點？

#### 五、總務組

1. 已有寫交接的 memo
2. 工作內容：餐點、學者接待的錢、核銷等。
3. 收齊相關文件之後，才能付錢。
4. (討論) 財務透明化？

#### 六、場佈組

1. 器材借東西，事後清點要仔細。
2. 學者借器材也要寫好號碼，才能順利清點。

#### 七、招待組

1. 動線指引，從入口到會場的動線找不到，指引沒有英文。
2. 身障人士無法進場，沒有相關設備。
3. 中午時報到組要增加人力。

#### 八、回應與結論

1. 計畫比不上變化。
2. 對講機：受限於學校行政體系等。
3. 簽到流程：每個研討會都有不同的情形。
4. 財務：①帳目太複雜，不是不透明，總共來自四個不同的經費  
②工讀：五萬先發，之後再補。
5. 收文章：①國際只能用 E-mail 或電話聯繫  
②時間太緊迫，國外大型研討會大都一年以前邀約
6. 學員名單：結案報告要存。
7. 識別證：彈性處理  
邀請卡：禮貌
8. 貴賓審核系統
9. 翻譯：一開始經費沒口譯費
10. 餐飲：照慣例，水果可再分配或討論。
11. 照相。
12. 便當。
13. 工作人員簽到。

14. 身障：或許請校方設置或場地規劃。
15. 器材：要作清單（負責人都要有清單）
16. 主席：國際會議廳不能吃東西或喝飲料。
  - ① 指示或指示人力可以更清楚
  - ② 吃東西的問題
17. 司儀備稿時間太趕。
18. 主席：議事組的紀錄摘要再整理。
19. 辦研討會可以用『group』或『team』的形式來辦。並經驗交流。
20. 各組的 memo 和注意事項。

## 六、結論與建議

整體活動辦理有助於：師生參與產學合作風氣之建立情形、產學合作成果回饋至教學面之情形，以及學生對於該計畫領域素養之提升情形。計畫之重大成果與收穫則包括：(1) 拓展臺灣文化創意產業國際視野；(2) 結合產官學界一同參與；(3) 規劃與延續未來國際合作契機。此外，尚達成以下效益：

- 藉由大型會議參與，拓展產學人脈
- 磨練人際進對應退，以及危機處理
- 拓展文化創意產業的國際前瞻觀點
- 瞭解文化創意產業趨勢與發展沿革
- 提升學校國際知名度

本校辦理此次「2008 藝術文化產業經營管理國際研討會」之結論為：

- (1) 儘管全球化競爭激烈，臺灣仍具有一定之國際競爭力，在面臨未來經濟前景時，亦無須氣餒，以臺灣深厚之人文涵養，以及多元之藝術、文化與創意能量，定能再攀巔峰，創造奇蹟。
- (2) 臺灣雖位於東亞一隅，但以我國之知名度與關鍵角色，與國際接軌並非難事；此外，本次活動系所合一的團隊實力展現，有目共睹，臺灣學術力量與青年活力的結合，絕對能產生一加一大二之綜效。

相關建議包括以下兩點：

- (1) 跨領域團隊的申請

例如促進跨系所、跨校、跨學科等多元方式的組合之支持、補助，創造跨領域整合的機制與環境，以求激發、碰撞出更精彩的火花。

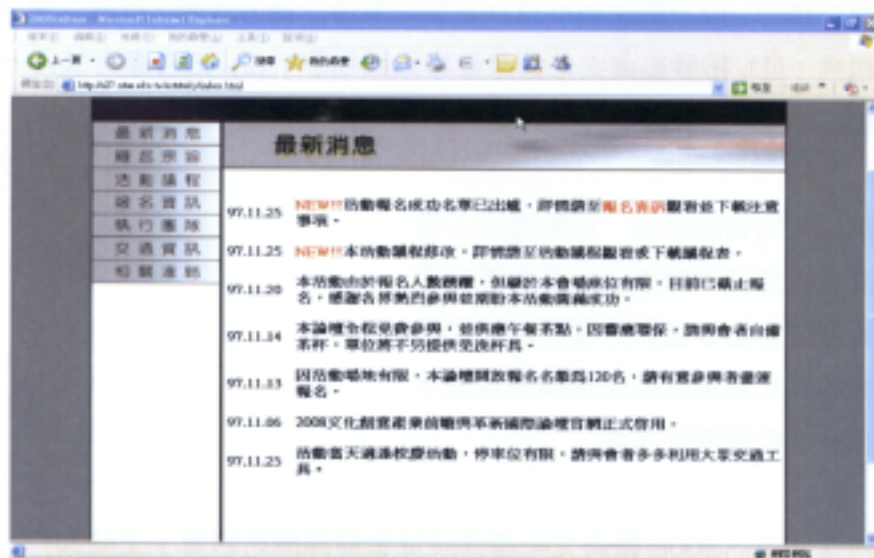
(2) 後續成果發表、出版的協助與指導

建議針對成果表現優異之團隊、計畫，除既有之成果發表之外，予以後續發展之鼓勵與補助，協助其將成果具體化、傳承化，讓其成功運作模式得以成為各領域標竿學習之對象，並提供各界瞭解人文革新計畫推行之成效。

## 七、附錄

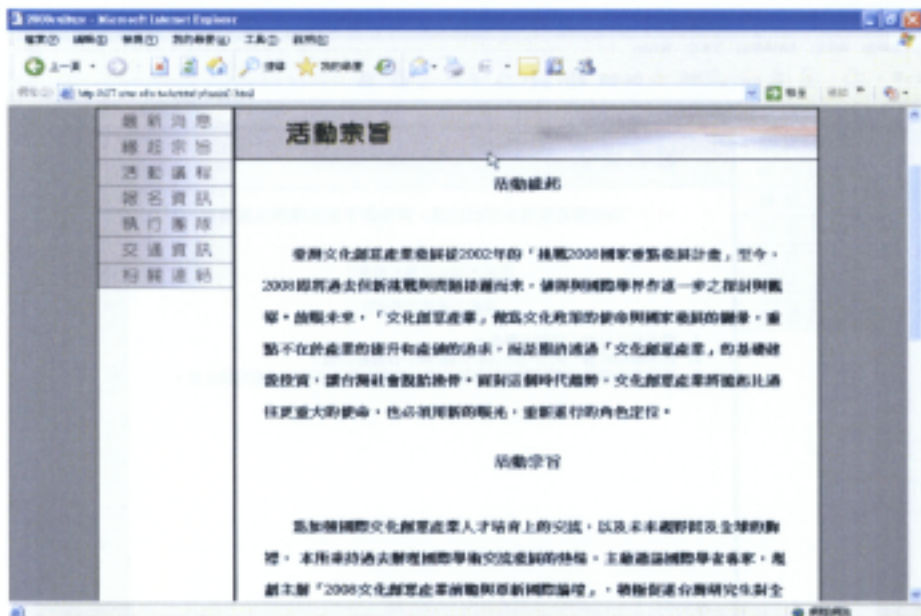
(一) 報名網頁及成果網頁樣式 <http://s27.ntue.edu.tw/artstudy/index.html>

最新消息

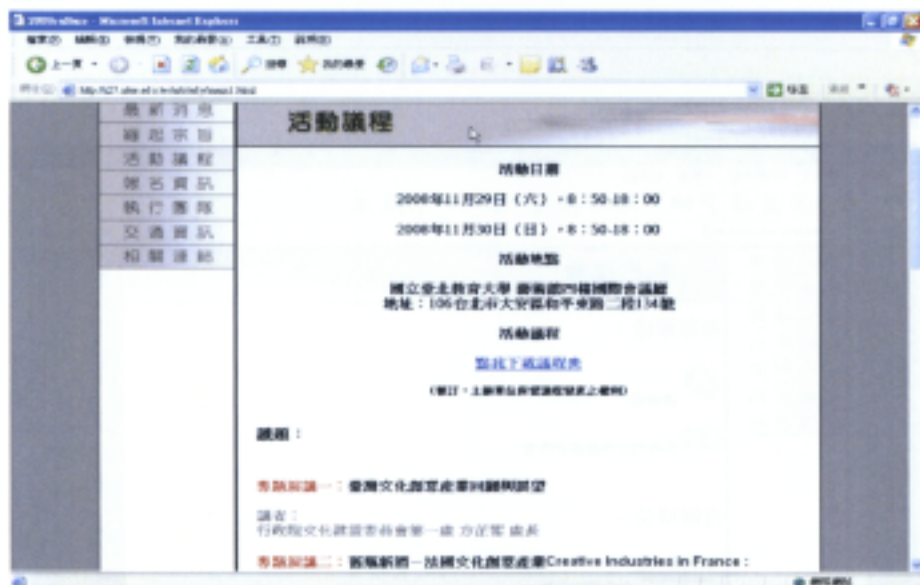


活動宗旨

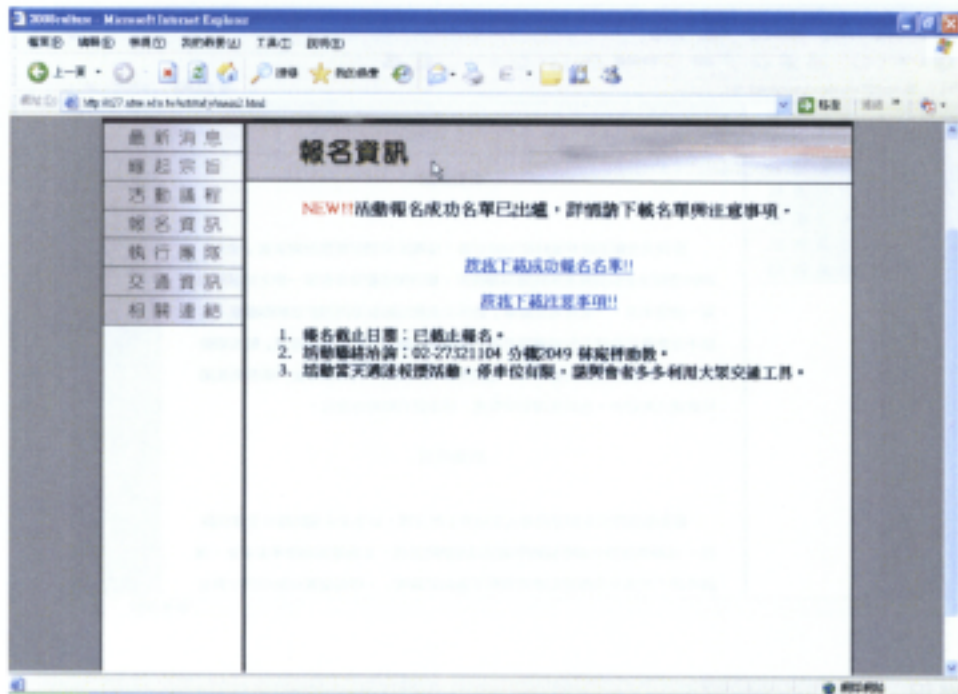




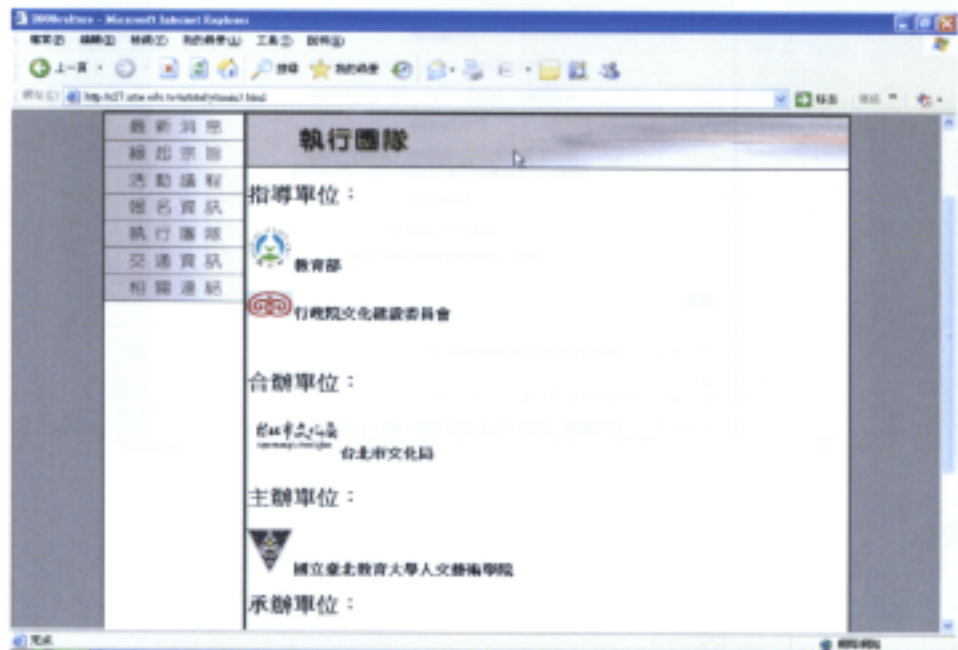
## 活動議程



## 報名資訊



## 執行團隊



## 交通資訊



## 相關連結



## (二) 學員清單

1.	Angela Wu	Commercial Officer	British Trade & Cultural Office
2.	Derlin	Instructor	Eco-ESCO Management

Jinq		
3.	丁導民	系主任 開南大學企業與創業管理學系
4.	王秀文	博士生 雲林科技大學設計學博士班
5.	王依雯	整合行銷部專員 臺北市文化基金會
6.	王宜禎	專案經理 西門紅樓(臺北市文化基金會)
7.	王幸琪	人資人員 臺灣菸酒股份有限公司
8.	王怡芳	企畫總監 中國文化大學推廣教育部
9.	王怡惠	法律研究員 資策會科法中心
10.	王姿婷	研究生 政大科管所
11.	王雅慧	研究生 元智大學藝術管理研究所
12.	王鴻偉	學生 國立臺北教育大學
13.	王麗娟	社區規劃師 Lj 環境知識坊
14.	王譽琪	研究生 臺北藝術大學傳統藝術研究所
15.	甘博平	專員 臺北市文化基金會
16.	白佩蕾	講師 輔英科技大學 創意產業研發中心
17.	伍姜燕	助理 臺灣打里摺文化協會
18.	朱怡儒	研究生 雲林科技大學工業設計研究所
19.	朱玲慧	研究生 國立政治大學教育學系
20.	江怡靜	研究生 臺灣藝術大學 藝術與文化政策管理研究所
21.	江美誼	聘用研究員 文化局
22.	何明泉	教授 國立雲林科技大學設計學院
23.	何信光	理事 臺北市文昌家具街發展促進會
24.	何美吟	研究生 臺灣藝術大學 藝術與文化政策管理研究所
25.	何婉慈	學生 國立臺北教育大學文化產業學系
26.	余任仰	創辦人兼董事 民生行股份有限公司
27.	余致賢	研究生 國立臺灣藝術大學工藝設計研究所
28.	吳宜珮	副企劃師 臺灣創意設計中心
29.	吳泓昇	設計師 建築師事務所
30.	吳思瑤	臺北市議員 臺北市議會
31.	吳美燕	專員 外貿協會
32.	吳國淳	助理教授 國立東華大學視覺藝術教育研究所
33.	呂淑靜	藝術行政 忠泰建築文化藝術基金會
34.	呂燕華	金工/玻璃創作 鑿工房
35.	呂韻茹	專案人員 財團法人工業技術研究院/技轉中心
36.	李宇桢	公關部副理 朱銘美術館
37.	李佳芸	辦事員 交通部觀光局阿里山國家風景區管理處遊憩課
38.	李姮憶	藝術行政 Ce' po(者播)劇團
39.	李斌宏	副管理師 臺灣手工業推廣中心
40.	李蕙如	工讀生 臺北市文化基金會表演藝術統籌部

41.	阮淑真	志工	文建會,國美館
42.	卓信佑	助理教授	國立中興大學 行銷學系
43.	周佩蓉	總監	藝研堂有限公司
44.	周奕成	執行長	世代文化創業公司
45.	周國雄	總經理	雅博客二手書店
46.	周敏帆	導覽員	臺北故事館
47.	周逸傑	專案經理	亞洲版圖創藝有限公司
48.	周璟筠	研究生	國立臺北藝術大學 藝術與人文教育研究所
49.	官美慈	約聘研究員	臺北市政府產業發展局
50.	林西東	董事長	歐得葆家具有限公司
51.	林志誠	主任	醒吾技術學院 服務業發展與策略中心
52.	林育如	研究生	中原大學文化資產研究所
53.	林依慧	研究生	臺北科技大學建築與都市設計研究所
54.	林其正	學生	臺北市立教育大學 教育學系
55.	林怡廷	研究生	中原大學建研所文化資產組
56.	林玟伶	博士生	臺灣藝術大學 藝術與文化政策管理研究所
57.	林政誠	主任	龍璋文史社
58.	林秋芳	秘書長	亞太文化創意產業協會
59.	林昶戎	博士生	國立雲林科技大學 設計學研究所
60.	林婉君	研究生	政治大學幼教所
61.	林景惠	經理	歐得葆家具有限公司
62.	林雅惠	發展部副主任	朱銘文教基金會-朱銘美術館
63.	林雅齡	教師	崑山科技大學視訊系
64.	林叡秀	研究生	輔仁大學博物館研究所
65.	邱一峰	助理教授	嶺東科技大學視覺傳達設計系
66.	邱于倫	教師	新科國中
67.	邱安娜	研究生	東華大學 視覺藝術教育所
68.	邱美芳	專案企劃	臺北市文化基金會 表演藝術統籌部
69.	邱麗文	行銷企劃	文化商行 (創意 T 恤商品)
70.	邱麗文	行銷企劃	文化商行 (創意 T 恤商品)
71.	侯懿芸	專員	中國生產力中心
72.	姜樂義	講師	輔仁大學
73.	施又仁	研究生	開南大學資訊傳播學系
74.	施靜雯	學生	臺北海洋技術學院
75.	柯秀雯	研究生	國立臺北藝術大學博物館研究所
76.	柯珮婷	學生	國立臺灣藝術大學 戲劇暨劇場應用學系
77.	洪芷如	助理研究員	文建會
78.	范姜予真	博物館學研究生	

79.	孫淑瑜	整合行銷部經理	臺北市文化基金會
80.	孫鈴音	專案執行	星火燎原工作室(股)公司
81.	徐珍華	設計	614 設計工寓
82.	徐翊鈞	研究生	師範大學設計研究所
83.	徐慧娟	研究生	臺北大學民俗藝術研究所
84.	殷小寧	指揮	小寧室內樂團
85.	翁嘉偉	專員	緹力士健康事業股份有限公司
86.	涂郁旋	學生	國立臺北教育大學藝術與造型設計系
87.	康增怡	約聘人員	桃園縣政府文化局
88.	張世儂	主任暨研究所所長	開南大學 資訊傳播學系
89.	張玉燕	專員	經濟部國際合作處
90.	張英裕	助理教授	國立臺中教育大學 文化創意產業發展學位學程
91.	張書維	研究生	臺灣藝術大學 藝術與文化政策管理研究所
92.	張婉瑛	專任助理	臺灣師範大學文化創藝產學中心
93.	張婕	助理教授	臺北商業技術學院
94.	張惠華	組長	外貿協會
95.	張智皓	專員	外貿協會展覽業務處
96.	張雅婷	學生	臺灣師範大學美術系藝術指導組
97.	張意菁	研究生	元智大學藝術管理研究所
98.	張曉玫	研究生	元智大學 資訊傳播所
99.	張靜雯	文物藝品典藏管理	華嚴學會
100.	張簡群 哲	研究生	中原資訊管理
101.	張寶貴	專員	臺北榮總經營管理中心企劃管理組
102.	曹家鳳	藝術行政	綠光劇團
103.	莊小逸		臺南藝術大學博物館所
104.	莊凱証	文史工作者	
105.	莊雅茵	藝廊經理	ICI 藝廊
106.	許乃文	組員	臺灣大學
107.	許云禎	學生	雲林科技大學
108.	許雅琍	助理管理師	中國生產力中心 文化創意組
109.	郭家冶	專案執行	綠色旅行文教基金會
110.	陳又菁	助理教授	高鳳技術學院 數位影音設計系
111.	陳小加	研究生	朝陽科技大學設計研究所 工業設計組
112.	陳玉秀	整合行銷部總監	臺北市文化基金會
113.	陳申金	研究生	國立臺灣師範大學設計研究所
114.	陳存舜	企劃副理	社團法人中華文化交流旅行協會
115.	陳希聖	設計總監	肆意設計有限公司
116.	陳志忠	研發工程師	研發部

117. 陳俊良	科長	經濟部中小企業處
118. 陳柏蓉	研究生	中原大學建研所文化資產組
119. 陳柏翰	理事長	臺北市文昌家具街發展促進會
120. 陳美鳳	副研究員	臺北市政府文化局
121. 陳若華	副教授	建國科技大學 空間設計系
122. 陳郁仁	博士生	國立臺灣師範大學教育學系
123. 陳茹萍	研究員	高雄市政府文化局
124. 陳琬茹	研究生	文化大學新聞研究所
125. 陳慈銘	秘書	臺北市政府文化局
126. 陳新宏	研究員兼任講師	國際語文教育協會(加拿大)
127. 陳瑞宏	研究員兼任講師	國際語文教育協會
128. 陳曉頻	編輯	滿閱文化事業有限公司
129. 陳靜亭	公關經理	CAMPO 生活藝術狂歡節
130. 陳麗玲	學生/志工	臺北藝術大學博物館研究所 / 故宮博物院
131. 彭文龍	主任	臺北市議員吳思瑤辦公室
132. 彭嘉玲	研究生	臺灣師範大學美術研究所
133. 曾永玲	助理教授	朝陽科技大學工業設計學系
134. 曾鈺喬	學生	臺灣藝術大學
135. 游舒雲	研究生	中原大學室內設計研究所
136. 湯璧菁	技佐	國立故宮博物院
137. 程藍萱	專案助理	國立中央圖書館臺灣分館
138. 程耀德	學生	臺北海洋技術學院
139. 馮家瑜	研究生	臺北藝術大學建築與古蹟保存研究所
140. 黃小娥	講師	南華大學通識教育中心
141. 黃世潔	學生	澳洲昆士蘭科技大學
142. 黃正飛	講師	臺北海洋技術學院
143. 黃位政	學程主任	國立臺中教育大學 文化創意產業發展學位學程
144. 黃服賜	副教授	開南大學觀光系所
145. 黃芝瑩	整合行銷部經理	
146. 黃建嘉	特別助理	臺北市議員吳思瑤辦公室
147. 黃倩榮	整合行銷部經理	臺北市文化基金會
148. 黃泰豪	營運長	好神科技有限公司
149. 黃崇義	設計師	劉培森建築師事務所
150. 黃靖芬	學生	國立臺北教育大學藝術與造形設計系
151. 黃維然	學生	國立臺南藝術大學藝術史學系
152. 黃麗媛	副總	晶碧企業有限公司
153. 黃騰毅	工業設計師	DETEKT Design
154. 黃蘭貴	助理教授	臺北藝術大學藝術行政與管理研究所
155. 楊千萱	研究生	輔仁大學博物館學研究所

156. 楊正寬	副教授	靜宜大學觀光事業學系(所)
157. 楊佳燕	研究助理	文建會
158. 楊國平	總監	國欣設計公司
159. 楊敏慧	研究生	輔仁大學博物館學研究所
160. 楊景卉	專員	中華民國對外貿易發展協會
161. 楊雅玲	助理教授	高雄應用科技大學文化事業發展系
162. 溫哲璋	演出執行	特技空間
163. 萬文隆	講師	致理技術學院
164. 葉婉柔	副管理師	新竹科學園區_凌陽科技
165. 董澤平	助理教授	國立臺灣師範大學管理研究所
166. 詹惠雯	網路行銷經理	興奇科技
167. 廖伯豪	學生	國立臺南藝術大學藝術史學系
168. 廖淑惠	博士生	中華大學科管所
169. 廖慧鈴	執行長助理	朱銘美術館
170. 劉育汝	行政會計	彰化縣教師室內樂團
171. 劉芳婷	執行助理	如果兒童劇團
172. 劉芷嫻	藝術行政	擊樂文教基金會
173. 劉婉珍	副教授	輔仁大學博物館學研究所
174. 劉祥甫	聘用編審	臺北市政府文化局
175. 潘若玲	副企劃師	臺灣創意設計中心
176. 潘薇如	研究生	文化大學新聞研究所
177. 蔡宗霖	法律研究員	資策會科技法律中心
178. 蔡宜芳	專員	外貿協會
179. 蔡幸芬	研究生	臺北教育大學藝術與造形設計學系碩士班
180. 蔡珮綺	學生	臺灣師範大學美術系設計組
181. 蔡雅純	編審	臺北市立美術館
182. 蔡榮立	經理	詠聖文化事業有限公司
183. 鄭雅今	推廣人員	資策會數位教育研究所
184. 鄧淑玲	組員	國立歷史博物館
185. 鄧錚雲	研究生	開南大學資訊傳播學系
186. 盧士傑	負責人	威購國際有限公司
187. 盧珮珮	研究生	中原大學室內設計研究所
188. 蕭青衫	助理教授	輔英科技大學人文管理學院
189. 戴伶蓉	助理	臺師大文創中心
190. 謝玉鈴	約僱服務員	國立中正紀念堂管理處
191. 謝玟晃	研究生	雲科大設計學研究所
192. 謝敏芳	專員	財團法人臺灣智庫 社會人文部
193. 謝朝宇	經理	雅比斯國際創意策略公司
194. 謝瑜恬	學生	國立雲林科技大學創意生活設計系



195. 簡孜宸	研究生	臺灣藝術大學 藝術與文化政策管理研究所
196. 藍亞青	研究生	雲林科技大學 工業設計所
197. 藍國榮	執行總監	璇利資訊有限公司
198. 藍敏菁	教育推廣組館員	中研院史語所歷史文物陳列館
199. 魏利庭	研究生	臺北藝術大學
200. 魏溥辰	委員	臺中市哈書人協會
201. 羅建智	經理	重耀建築師事務所
202. 蘇瑛敏	副教授	臺北科技大學建築系

### (三) 研習課程精華

發表論文之中英文摘要

#### (1) 舊瓶新酒 - 法國文化創意產業

Creative Industries in France : Emergence of a New Paradigm in a Great Old Cultural Nation

Dr. Anne Gombault (the Holder of Chair Arts, Culture & Management in Europe BEM- Bordeaux Management School)

歐洲藝術文化管理 BEM 波爾多管理學院院長

#### ABSTRACT

Creative industries in France: Emergence of a New Paradigm in a Great Old Cultural Nation

Considering the important place it holds in the matters of creativity and culture and as paradoxical as it may seem, France has recently discovered the new paradigm of creative industries which comes from the United Kingdom. An observation of the French cultural landscape shows that a certain number of significant actions have been part of its development, among which are the extraordinary vitality of the festivals, the continuing promotion of cultural tourism, the huge investment of average-sized cities in cultural equipment, the national and international territorial strategies of large cultural institutions, the recent appearance of a new type of contemporary art fairs, as well as the fierce competition between the French candidate cities to be inscribed on the World Heritage List or to be designated as European capital of culture in 2013... This emergence of the new cultural economy is encouraged by several political factors. However, its diffusion and growth is limited by different

contextual features, such as the difficult understanding and implementation of governance and participation mechanisms, as well as an ideological resistance due to the history of the French cultural policy. Consequently, France is developing its own hybrid model, based on its prestigious traditional cultural model improved by the creative industries paradigm.

摘要

法國文化創意產業 - 偉大悠久文化大國的新典範實踐

法國近年受到來自英國創意產業新典範的啟發，理解到文化與創造力的重要地位以及矛盾的特性。本文針對法國文化景觀觀察，顯示出一些重要的活動一直是法國發展的一環，其中包括特別活躍的節慶，持續促進文化觀光；大量的投資中型城市的文化設備，具有區域策略的國內和國際大型文化機構出現；最近出現的一種新型態當代藝術展覽，以及法國和其他城市被列入世界文化遺產名錄，或者被指定為 2013 歐洲文化首都的激烈競爭...，然而這些新型文化經濟的出現，主要是有政策因素的鼓勵。更甚，它的傳播與成長受限於不同特色的脈絡，例如地方政府與參與機構在理解與執行的困難以及法國文化政策悠久歷史的意識型態阻礙。因此總括來說，法國正用創意產業的新典範，改進它極具聲望的傳統文化基礎，法國正在發展屬於本土的混合模式。

(2) 民主精神下的藝術、美學與經濟發展

Democracy in America

Dr. Monroe Denton (Executive Director of the Art Resource Alliance/  
School of Visual Arts, New York City, New York City)

紐約市藝術資源聯盟執行長/紐約市視覺藝術學院教授

ABSTRACT

DEMOCRACY IN AMERICA

Democracy in America is the title of a work published starting in 1835 by the French diplomat and writer Alexis de Tocqueville. His observations on the role of the arts in the new governmental system have formed the text for speeches, the bases of studies, the conclusions of political observations for the past century and a half or more. These observations are here linked to a proposal to consider the importance of "leisure" as a time of active engagement, of discussions and debate in the post-industrial world.

The recent election of Barack Hussein Obama as the President of the United States has revived discussion of the meaning and possibility of democracy in the US. The role of the arts in developing consciousness and public intelligence has figured amazingly little in the election. During the economic boom built on the bubble economy of leveraged financial instruments, the visual arts assumed a role of luxury goods, part of what Thorsten Veblen termed "conspicuous consumption."

The comments are in the form of an art historical meditation, considering the role of the visual arts in educating a population. The earliest work discussed is Jacques-Louis David's Oath of the Horatii, a singular document of pre-Revolutionary ideals in France. The most recent work is from 2007, Andreas Siekmann's 2007 Trickle Down, Public Space in the Era of its Privatization. The song by Canadian poet/musician Leonard Cohen, "Democracy is Coming [to the U.S.A.]" sets the agenda for comments which read Tocqueville through the lenses of Russian painter and theorist Wassily Kandinsky and the great German philosopher Walter Benjamin.

The argument is in favor of a common literacy, the formation of a communal, cultural literacy which can support indefinite, open discourse. The role of the arts should be envisioning the reality of material relationships (rather than the "spiritual" or emotional nature of the artist) and the possible actions which those relationships indicate.

摘要

民主精神下的藝術、美學與經濟發展

Alexis de Tocqueville 的研究「美國的民主精神」(出版兩卷,第一次是在 1835 年,第二次是在 1840 年),認為處理藝術問題是在於社會適當的角色扮演,而非宗教或權力政府。民主精神如何造就或影響現代藝術的發展?藝術如何將美學與經濟的力量,轉換成為現代資本主義國家的特有發展?這些轉變是因為民主制度,或是其他力量的發揮或影響造成的嗎?

(3) 展望全球城市 - 新加坡文化創意產業

Envisioning a Global City - Trends and Developments in Singapore's Cultural and Creative Industries

Ms. Yvonne Tham (Former Director of the Arts and Heritage Development Division at MICA, Singapore)

前資訊通訊及藝術部藝術遺產發展司司長

## ABSTRACT

Envisioning a Global City: Trends and Developments in Singapore's Creative and Cultural Industries

Can a small and young nation-state without a distinct cultural identity and with a reputation for social conformity inspire a lively cultural and creative sector? Will an economy more attuned to the needs of the financial and manufacturing sectors have the necessary infrastructure and talent to support the growth of creative and cultural industries that are globally relevant? For industries that thrive on individual creativity, cultural vibrancy and private enterprise, what forms of Government involvement are needed?

This paper will explore these questions and examine Singapore's unique context where private enterprise and creativity meets a Government-led agenda to position Singapore as a global city. It will provide an overview of the challenges, potential and state of the arts, design and media industries in Singapore. Using case studies, this paper will also examine the trends and strategies adopted by both companies and the Government to spur new growth. This includes the development of international co-productions and cross-disciplinary collaborations between art-design-media-technology, the focus on education and the co-opting of the cultural and creative sector in the thamthaenvisioning of Singapore as a global city.

摘要

展望全球城市 - 新加坡文化創意產業

一個年輕的、規模不大、沒有顯著文化特色而且以社會秩序稱著的國家，如何啟發充滿生氣蓬勃的文化創意部門呢？一個原本以財務與製造取向的經濟體，有足夠的基礎架構和人才來主持這波全球性的創意與文化的產業上漲潮流嗎？當工業對個別創意展現興趣、且對文化意識與私人企業蠢蠢欲動的同時，政府又該以哪些種類的形式參與其中呢？

本文將探討以上問題，並審視在此獨特情境下作為一個全球性城市的新加坡，民營企業和創造力是否符合政府領導的政策立場。本文將揭示新加坡所面臨的挑戰、所具有的潛力以及其藝術、設計與媒體產業的全貌。本文採用個案研究的方式，審視未來的趨勢與公司和政府兩方目前所推行的發展策略。其中探討的亦包含在國與國之間，位介於藝術、設計、媒體、技術的協同製作與聯合管理的發展；在教育的重視與觀點之下，全球化城市--新加坡裡文化與創意部門之間的媒合。

#### (4) 英國文化部門的商品開發與市場趨勢

Merchandise, product development and retail trends in the UK cultural sector

Ms. Selina Fellows (merchandising & retail ,UK)

英國市場與行銷顧問公司顧問

#### ABSTRACT

Merchandise, product development and retail trends in the UK cultural sector

The cultural sector in the UK has traditionally been heavily funded and subsidized by government. In recent decades the cultural sector has been obliged to generate an increasingly large percent of their own income in order to survive and grow. Examples of revenue streams developed by cultural organizations include sponsorship, fundraising, events, exhibitions, publishing, image rights, licensing, catering and retail.

Retail has been one of the most discussed income streams – probably because many people have an opinion about shopping. Over the last decade there have been significant developments and improvements in the range and scope of the museum shops in the UK. As a consequence there have also been significant developments in the range of product that they sell.

This lecture looks at some of the issues around deciding what product to sell in a museum shop as well as some of the practicalities involved in developing and producing the merchandise from the design considerations to the range planning and pricing.

摘要

英國文化部門的商品開發與市場趨勢

英國文化部門傳統上，是由政府沉重地資助並且給予津貼。近幾十年來，文化部門為了生存和生長，不得不越來越依賴自身的收入。源源不斷的收入例子由文化組織開發了包括：保證人，募款，事件，陳列，出版，圖像權，准許/承辦宴席和商品銷售。

零售業一直是討論最多的收入來源 - 這可能是因為許多人對購物有意見。關於英國博物館商店的範圍和規模，在過去的十年裡有了很大的發展和改善，因此在產品銷售上，也有著一連串重大發展。

本文針對博物館商店在銷售博物館產品的決策，以及在實際參與開發和生產上，商品設計考量的規劃和定價，進行問題的探討與釐清。

( 5 ) 展望韓國文化創意產業：挑戰與機會

The Prospects of the Korean Cultural Creative Industry: Issues and Opportunities

Dr. Wook Steven Heo

Department of Film College of Arts, Yong-in University

龍仁大學藝術學院電影系教授

ABSTRACT

The Prospects of the Korean Cultural Creative Industry: Issues and Opportunities

The lecture will mainly focus on presenting current status of the Korean cultural contents industry and its future strategy for the global market.

Cultural contents industry is one of the fastest growing industries in Korea. Currently, Korea has 2.2% global market share, and 11% market share in Asia and forecasts growth rate 6.6% globally, 9.2% in Asia. The new Korean government recently acclaimed to invest 6,500billion KRW (about 51billion USD) to the CCI for 5years. This plan is specially focusing on five emerging industries including Computer Graphic, Digital Virtual World, Broadcasting-IT Convergence Contents, Ubiquitous Learning Contents and Virtual Reality. The government expects that the plan will create 130,000 new employments in 2012.

The lecture will introduce the government' s new strategy for the CCI along with current issues of Korean CCI. The issues will include 1)

Human, Experience; Health and Environment Oriented Contents; 2) Creating Asian Cultural Belt; 3) Developing Media Convergence Based Service; 4) Evolution of UCC: Neo UCC ; 5) Creating Local Cultural Cluster; 6) Needs of New Laws and Policies for the Media Convergence Environment; 7) Developing Values of Korean Cultural Resources; 8) New Trend of CT(Cultural Technique); 9) Mobile Entertainment Contents; 10) Evolution of Cultural Contents: Decoupling & Convergence.

摘要

韓國文化創意產業之展望：挑戰與機會

本次演講主要將著重在韓國文創產業之現況及其全球市場之未來策略。文創產業是韓國成長最快速的產業之一，目前韓國之全球市佔率約 2.2%、亞洲則佔 11%，預期全球市佔率將成長至 6.6%，亞洲之市佔率則將至 9.2%。韓國新政府最近宣佈未來 5 年將投資 6500 億韓圓(約 51 億美元)於文創產業，這項計畫更特別針對在 5 項新興產業，包括電腦繪圖、數位虛擬世界、廣播內容之資訊技術整合、無所不在的學習內容及虛擬實境。韓國政府預計，該計畫將在 2012 年創造 13 萬份新就業機會。

這次演講將介紹韓國政府對於文創產業的新策略及當前韓國文創產業的挑戰。議題將包含：

- (1) 人類、經驗；健康和環境導向之定位；
- (2) 創造亞洲文化帶；
- (3) 發展媒體整合服務；
- (4) 「使用者原創內容」的發展：新創「使用者原創內容」；
- (5) 創造地方文化群組；
- (6) 因應媒體整合環境需求之新立法令及政策；(7)發展韓國文化資源之價值；
- (7) 文化技術的新趨勢；
- (8) 行動通訊娛樂產業；
- (9) 文創產業的演化：解構與融合。

(6) 日本創意產業的實力與挑戰

Creative Industries in Japan:

the strength and the issues

Prof./Dr. Kazuko Goto (Faculty of Economics, Saitama University, Japan)

日本文化經濟學期刊主編、埼玉大學經濟學系教授、日本文化經濟學協會副會長

ABSTRACT

## Creative Industries in Japan: Strength and Issues

I'm going to discuss the overview of creative industries and the policies of creative industries in Japan. In addition, I will analyze its strength and issues.

Creative industries relating to popular culture have developed strongly without government subsidy after World War II, for example, games, manga (comics), and animations. Now, the market size of the content industry of Japan is the second biggest in the world. However, import exceeds export.

In Japan, three ministries on the national level as well as cities have policies and strategies of creative industries in Japan. The Ministry of Economy, Trade and Industry is interested in the economic and industrial aspect of creative industries. It is trying to expand the global market of Japanese creative products.

On the other hand, the Agency for Cultural Affairs is dealing with the cultural side of creative industries, and with copyright. Recently, the Ministry of Foreign Affairs has become interested in creative industries as a tool of diplomacy and publicity.

What are the issues of Japan? Policy coordination is not sufficient, especially where the Agency of Cultural Affairs and the Ministry of Economy, Industry and Trade are involved. Copyright is well-organized. However, big companies like TV companies dominate copyright which means there are not enough incentives for independent artists and creators.

### 摘要

#### 日本創意工業（產業）：優勢與議題

我將討論日本創意產業的概要與政策。除此之外，我將分析它的優勢與議題。第二次世界大戰之後，沒有政府的補助，與流行文化相關的創意產業已經發展地很健全，比如說遊戲、漫畫，還有卡通片。現在，日本內容企業（content industry）的市場規模是世界第二。然而，「進口」超出「出口」（import exceeds export.）。

日本，在國家層級與城市有三個「部」（ministries）有創意產業的策略與政策。經濟部 - 「貿易與產業」，對於文化產業的經濟與產業方面有興趣。它正在試圖擴張日本創意產品的國際市場。



另一方面，文化事務代理機構（部）（the Agency for Cultural Affairs）正在處理創意工業的文化部分，以及著作權。最近，外交部（the Ministry of Foreign Affairs）轉變成對創意產業有興趣，尤其是做成外交與宣傳的工具。

日本的議題是什麼？政策的協調不夠，特別是「文化事務代理機構（部）」與跟產業、貿易有關的「經濟部」。著作權也被完善組織。然而，像是電視公司那樣的大公司支配著作權，意味著獨立的藝術家跟創作者是動機不足的。

（7）更好的產業或創意？從全球觀點看創意產業

Is better to be industrious or creative?

Global perspectives on the creative industries

Dr. Michael Keane

(Senior Research Fellow and ARC Centre Fellow, Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, QUT)

昆士蘭科技大學創意產業與創新重點研究中心高級研究員；澳大利亞國家研究委員會研究員

ABSTRACT

Is better to be industrious or creative? Global perspectives on the creative industries

The term 'creative industries' is well established amongst cultural, economic and urban policy-makers. However, the concept varies internationally. In this paper I summarize approaches taken in Asia, the UK and Europe. I look at the apparent contradiction in terms between the terms creative and industry. I then introduce the approach adopted in Australia where the idea of creative industries first emerged in 1994. I argue that it is important to distinguish between cultural industries and creative industries. To illustrate the dynamic relationship between (humanist) creativity and (business) innovation I introduce 'The Queensland Model'. This is a 21st century creative cluster situated in Brisbane.

摘要

更好的產業或創意？從全球觀點看創意產業

「創意產業」是公認的文化、經濟和城市興盛與否的焦點。然而，國際上的概念與定義仍有所不同。本文總結研究者在亞洲，英國和歐洲所採取的措施與策略。並期待能在有明顯矛盾的字詞之間，歸納出創意和產業。在澳大利亞，創意產業

首次出現在 1994 年。最重要的是要區分文化產業和文化創意產業。為了說明彼此之間的互動關係：人文主義的創造力和商業的創新，本文提出「昆士蘭模型」，這是一個 21 世紀位於布里斯班的創新群聚。

#### ( 8 ) 香港文化創意產業十年

Hong Kong's Cultural and Creative Industries in a Decade:

a decade with stagnant growth, uncertainty and unsettled problems.

Mr. Kin-Wai Mok (Consultant of the Hong Kong Memory Project, Centre of Asian Studies, The University of Hong Kong)

香港大學亞洲研究中心顧問

摘要

香港文化創意產業十年

2008 年 UNCTAD 公布創意經濟報告 ( 聯合國貿易與發展會議 )，創意產業商品/服務的出口總額，在 2005 年達到 4244 億美元，十年間的增長率超過 6.4 % ( 1996-2005 )。創新產品是創意經濟世界市場形成的重要因素。同一個十年期間，創意商品的出口總額在 2005 年達到 3355 億美元，每年的增長率 6.1 %。在亞洲市場的成長上，香港是具有優勢的。在 2005 年，香港是世界第三大創意商品的出口經濟體，僅次於中國和義大利，分享了 8.2 % 的世界創意產品之出口市場，將香港視為參與創意產品世界貿易的受益者也不為過。統計數據和貿易數據彙編的報告，儘管在定義與共識上仍有爭議，本文將探討香港的工藝藝術、視覺藝術、設計、出版和音樂等創意產品，在其進出口貿易上的地位。

#### ( 四 ) 分工及人力配置

總 召 集 人 / 林新發校長

籌 備 委 員 / 林炎旦院長、黃海鳴老師、賈立人老師、陳逢申老師、  
林詠能老師、陳智凱老師、陳俊明老師

總 策 劃 / 林炎旦院長

助 理 策 劃 / 李兆翔

公 共 事 務 / 劉燕妮、陳穎、林曉微

會 場 報 到 / 謝孟吟、蔡宜倪、李竹芸、謝佩如

場 務 / 徐家偉、李佳蓉、陳璽元

議 事 / 謝玟琦、郭曉娟、江沛航

司 儀 / 方敬蕙、林明瑩

接待 / 嚴郁郁、林玟伶、邱君妮、應禹琦  
音控燈光 / 范振彬  
攝影 / 劉哲浩、吳夢儒、黎映君  
美術設計 / 莫佳樺、張景嵐、陳昱均  
網頁設計 / 莫佳樺  
口譯 / 林珮甄、林欣眉、倪子涵  
財務行政 / 鄭采苓