



台湾地区文化产业与 文化营销

◎ 马群杰 著



科学出版社

台湾地区文化产业与
文化营销

马群杰著

科学出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

台湾地区文化产业与市场营销 / 马群杰著. —北京: 科学出版社, 2011.2
ISBN 978-7-03-030109-3

I. ①台… II. ①马… III. ①文化-产业-研究-台湾省②文化-市场-市场营销学-研究-台湾省 IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 013375 号

责任编辑: 侯俊琳 郭勇斌 苏雪莲/责任校对: 邹慧卿

责任印制: 赵德静/封面设计: 高海英

编辑部电话: 010-64035853

E-mail: houjunlin@mail.sciencep.com

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印务有限公司 印刷

科学出版社编务公司排版制作

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2011 年 6 月第 一 版 开本: B5 (720 × 1000)

2011 年 6 月第一次印刷 印张: 13 3/4

印数: 1—2500 字数: 227 000

定价: 42.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

序 言

杨开忠*

在智力-文化经济时代，消费、生产越来越重视文化意义为文化产品和服务创造着日益广阔的市场，而信息科技的发展则不断提高了文化产品和服务的生产率，从而不断丰富文化产品和服务供给能力。因此，随着消费模式、竞争模式发展和科技进步，20世纪90年代以来，文化创意产业已经成为世界性的朝阳产业，地位越来越重要，已成为许多国家和地区经济的支柱产业。例如，美国文化产业的产值已占GDP的18%~25%，400家最富有的美国公司中有72家是文化企业，美国音像业已超过航天工业居出口贸易的第一位。英国是仅次于美国的世界第二大创意产品生产国，2001年创意产业产值达1120亿英镑，占GDP的8.2%。瑞典大约有9%的就业人口从事文化创意产业。日本文化娱乐消费占国民生产总值的4%，娱乐业产值仅次于汽车工业。2002年韩国文化创意产业增加值达到了GDP的6.57%。澳大利亚2000年文化产业占GDP的3.3%，占就业人口比重的3.70%。另外，文化创意产业已成为国际贸易中的重要组成部分。另据联合国教科文组织（UNESCO）公布的《1994-2003核心文化产品和服务的国际贸易趋势：定义和掌握全球文化贸易趋势》，全球文化产品（包括古物、出版品、音乐产品、视觉艺术产品及视听产品）贸易总额从1994年到2002年增长了近一倍，从392亿美元增加到592亿美元。

我国历史悠久，文化丰富。随着经济发展和人民生活水平的提高，文化创意产业逐渐兴起，正在成为当今中国内地经济发展中的一个亮点和中华文化艺术复兴繁荣的一个引擎。2006年9月《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》的发布，预示文化大繁荣大发展开始成为积极的国家战略。中共“十七大”提出：中华民族伟大复兴必然伴随中华文化的繁荣兴盛。要充分发挥人民在文化建设中的

* 著名学者，北京大学政府管理学院教授、博士生导师。

主体作用，调动广大文化工作者的积极性，更加自觉、更加主动地推进文化大发展大繁荣，在中国特色社会主义的伟大实践中进行文化创造，让人民共享文化发展成果。这标志着文化大发展大繁荣正式列入国家战略。

北京是 20 世纪 90 年代以来中国内地开始着力建设的最重要的现代国际城市之一。作为中国政治中心和文化中心，北京建设国际城市的一个特别重要的定位和目标，就是形成“具有高度包容性、多元化的世界文化名城”。自 20 世纪 90 年代中以来，随着自身经济逐步步入服务经济时代，适应智力-文化经济发展的世界潮流和国家文化大发展大繁荣的需要，北京开始通过推动向以文化资源和价值为基础的文化经济转型来加强世界文化名城的建设。这集中表现在：1996 年 12 月北京市委、市政府出台的《关于加快北京文化发展的若干意见》在中国内地率先提出“大力发展文化产业，使其成为北京的支柱产业之一”，标志着文化创意产业被提高到战略高度上来。2005 年发布的《北京市文化产业发展规划（2004-2008 年）》进一步强调使文化产业成为首都经济新的支柱产业、成为推动首都率先基本实现现代化的重要力量。2006 年北京市成立了高级别的市文化创意产业发展领导小组，制定和发布了《北京市促进文化创意产业发展的若干政策》和《北京市“十一五”时期文化创意产业发展规划》，明确提出把文化创意产业放在优先发展位置，使文化创意产业成为首都经济的重要支柱，争取文化创意产业增加值年均增长 15% 左右，到 2010 年，文化创意产业增加值占全市地区生产总值超过 12%。

我从 2006 年 1 月起，在保持北京大学经济学与公共政策研究和教学工作的同时，任北京市发展和改革委员会副主任兼北京市经济与社会发展研究所所长。根据时任北京市发展和改革委员会主任、现任北京市副市长丁向阳同志的安排，我和北京市发展和改革委员会社会处、产业处的有关同事一起承担起研究起草《北京市促进文化创意产业发展的若干政策》的任务。这件事情使我有机会更加深入探讨文化创意产业的理论与实践。我以为，台湾地区在早些时候就开展的文化创意产业理论与实践工作对中国内地有参考和借鉴意义。于是，我安排北京大学首都发展研究院、北京市经济与社会发展研究所联合主办的内部刊物《决策要参》连续刊载了台湾地区在这方面的文献。同时，我请来台湾中山大学的马群杰博士并同他商量，他的博士后研究选题是否可以在台湾地区文化创意产业理论与实践

方面加以考虑，以促进两岸文化创意产业理论与实践的交流与合作。结果是一拍即合。

在北京大学政府管理学院博士后流动站期间，马群杰博士专注于台湾地区文化创意产业与地区发展关系的理论与实践研究。他的研究，取得了较深入、较系统、较高水平的成果。这些成果整理、分析和评价了台湾地区文化创意产业先进的经验、政策体系，发现文化产业发展过程中的政府政策规划虽然重要，然而文化公众参与更不宜偏废。同时，这些成果也建议台湾地区在推展既有文化产业发展政策的同时，应兼重导引公私群体协力合作，藉由探求多元社群团体的需求，结合多元社群参与及导引民间资源投入机制，以期避免在文化产业发展政策推展过程中，产生解决错误政策问题的盲点。我相信，这项研究既有助于丰富台湾地区文化创意产业理论与实践，也有助于内地各地区借鉴台湾地区文化创意产业发展的经验与教训。

摆在读者面前的这本书即为马群杰博士后研究主要成果的系统梳理汇编。我希望，这本书的出版对两岸地区文化创意产业理论与实践的交流与合作有所帮助，并愿读者透过对本书的展阅能广泛吸收我国台湾地区文化创意产业发展经验，为推进文化大发展大繁荣做出新的贡献。

北京大学政府管理学院

杨开忠

2008年10月于燕园

自序

本书的出版，乃是基于个人作为炎黄子孙对中华文化怀抱憧憬的成果。

与内地学术情谊的建立，始于1998年我就读硕士班时与哈尔滨工业大学的交流联系。由当时的交流，个人首度感受到海峡两岸中华文化的同气连枝。也正是基于对中华民族血浓于水的深刻体会，导引个人于2004年时，争取到台湾地区“内地委员会”的奖助机会，到广州中山大学政治与公共管理学院进行博士课题取材。

在广州中山大学期间，自己除对所需研究主题进行数据搜集及与政务学院行政管理研究中心之老师进行对谈之外，更基于赴内地之前与学院老师及师兄的沟通联系，所以彼此相处时也极其融洽，未见隔阂，由此建立了较好的学术情谊。另外，学院在要求其博士生报告或学校相关研讨汇报时，也多提前通知，由于个人期望藉由更多学术与生活观摩互动，以达成更好的交流成果。因此关于政务学院所举办的开题、解题、毕业生预答辩及与指导老师的 Meeting、Proposal 等活动，自己也本着积极参访的学习态度，尽可能出席并参与研讨。因为政务学院当中有专研地方与区域发展方向的课题，所以在当中也要求学生进行专题发表，内容是对自己现正进行的学术研究与方向进行说明，并描述台湾地区相关研究的发展现状。多次的心得交流，不仅促使我对于两岸公共管理学术研究与地方发展现况有了初步了解，更扩展了我原本狭隘的研究视域。

除了进行学术研究与数据汇整之外，我还积极搜集信息，以“读万卷书不如行万里路”之心态，期望藉由勤走各地来了解内地南方沿海城市之地方发展实况。因此在各方协助之下，自己尝试下乡进行田野调查，藉以亲身体验内地居民的生活与想法。基于如此思维，个人足迹遍及广东与福建两省及珠江、东江、西江和北江，亦曾到达广西与湖南边界，当中包括广东省经济文化重镇广州市越秀、东山、海珠、荔湾、天河、白云、芳村及黄埔港等八中心城区与广州经济开发区，另有经济特区深圳盐田与蛇口两港、珠海及福建省会福州、外港马尾，其他还有中山市孙中山故居、东莞市、佛山市、肇庆市七星岩、鼎湖山、清远市、连州市

地下河、连南瑶族自治县等十数地级市、县级市以及乡镇，搭乘过十数种在台湾时未见之交通工具，所宿者自学校留学生楼至地方民舍，亲眼见识到一般内地旅行所未能亲见之人事景物。此时心中除了有大开眼界之感外，更深刻体会到有别于台湾的风土民情与中华文化迷人的多元风貌。

基于此行的体验，个人也将探索中华文化的触角由南至北不断延伸，及至东北与西北封疆之界。详言之，东北包括旅顺、大连、沈阳、长春、吉林、哈尔滨与黑河，西北包括西安、天水、兰州、武威、张掖、酒泉、嘉峪关、敦煌、吐鲁番、乌鲁木齐与喀纳斯。综此前后，自己在长达十年的交流期间，走访了清华大学、中国人民大学、北京航空航天大学、中山大学、哈尔滨工业大学、西安交通大学、吉林大学、东北财经大学、武汉大学、厦门大学、福州大学、兰州大学、澳门大学与北京中华文化学院，最后落脚于首都的北京大学，自己在此领略到大国河山最真切的风土民情与最深沉的古文化之美，也由此启迪个人在获得博士学位后再度踏上学术征途的思维，并延伸至进一步享用难能可贵的博士后心灵盛宴。

思想的启蒙不仅在于大学的涵养，更在于大师的指导，个人何其有幸，可以两者得兼！

负籍北上，穿梭两岸，身为台湾地区首位进入北京大学进行博士后研究的工作者，所为的不仅是怀抱对北京大学的学术景仰，还是追求更远大的学术挑战；就个人所专注的政府管理研究专业而言，学术研究的重点除了在于掌握公共管理策略的行动规划外，更重要的在于应怀抱对历史人文的缅怀遥想，慎思民族的长远发展愿景，以此惕励出人生于世的公共价值！在时序进入到2008年8月8日北京奥运举办倒计时的今日，若能经由文化与理念的交流沟通，达成两岸互利共荣，这应是可见的未来对海内外中国人都较好的发展途径！也就是基于此，个人期望透过学术研究的系统论述与对台湾政策的实务引介，为华夏民族的复兴尽己之心，为再创美好的中华文化盛世而提供绵力。

在从事博士后研究工作期间，北京大学政府管理学院的杨开忠老师是我最感谢的贵人，因为有杨老师，我才能获得一个钻研与拓展学术视野的挑战机会；再者，万鹏飞老师也提供给我极大的学术资源与极有益的研究建议。此外，陆军老师关于评审事项的安排以及政府管理学院其他各位老师的指教，促使个人科研成果的展现更臻完备。对于以上老师的协助，或许只有范仲淹《岳阳楼记》所提的

“微斯人，吾谁与归”能表达个人最深刻的感受！最后则是程宏老师与李雯，他们的热心协助使远道而来的我感受到首都人民最温暖且真挚的情意。

如果说北京大学的老师是我学术生涯当中的贵人，那么我的父亲马武雄先生与杨雪韶女士就是我人生旅途中的最大贵人。是他们的鼓励与支持，我才能在辛苦而繁杂的学术旅程中，逐渐掌握到更深刻的人生哲学。这些人生哲学或许并不像学术理论般精深，却弥足珍贵，这些人生哲学为我日后的学术生涯奠定了更坚实的基础，也才能使我在面临一次又一次的挫折时，站稳脚跟，逐步前行。最后该感谢的则是我的手足马翠鸿与马义程，乃至于晓平、佩琪、建宁兄，以及蓝伯父母合家，也是他们的关心才使得我的研究最终得以修整至较完美的成果呈现出来。何其有幸，我能得到大家的协助，仅能藉由寥寥数语，表达个人最深刻的谢意与敬意！

本书的出版，特别应该感谢台湾地区中山大学汪明生教授、台北大学陈金贵教授、暨南国际大学黄钰堤教授、东海大学史美强教授以及台南大学胡兰沁教授在学术生涯上对个人的提携和扶持。此外，也该感谢台湾联电集团的曹兴诚先生，曹先生对中华民族和平共处文化的精辟阐述拓展了我对公共价值的理解视域，并为我未来研究的推展提供了更接近实务面的思维探索空间。最后，由于有科学出版社侯俊琳先生与台湾台南大学何家英小姐在本书出版过程中的协调联系，本书才能顺利付梓，个人在此也一并致意！

最后一次感谢在博士后研究工作期间，北京大学政府管理学院、北京大学首都发展研究院及北京大学博士后管理办公室诸老师暨助理的悉心指点、协助照料，令个人有机会与全中国最优秀师生相聚一堂，并由其中获得极多研究启发，谨此致上最诚挚的感谢！

学术研究是辛苦也是甘甜的。辛苦之处在于过程中的秉烛夜读，甘甜之处在于研究完成后的晨曦拂面，两者的交汇，不正是我们人生最完美写照吗？

2008年8月8日

谨志于 北京大学

目 录

序言	(杨开忠) i
自序	v
表目录	xi
图目录	xiii
第一章 导 论	1
第一节 台湾地区文化产业发展背景概述	2
第二节 台湾地区文化产业政策规划重点与核心要务	6
第三节 台湾地区文化产业与文化营销的多元面向	9
第四节 本书章节编排	11
第二章 地区文化产业发展理论与观点	14
第一节 全球化挑战下的地区营销	14
第二节 知识经济时代的地方文化产业发展	26
第三节 文化产业政策的公众参与	38
第三章 台湾地区文化产业发展政策规划	44
第一节 挑战 2008：台湾发展重点计划概述	44
第二节 文化创意产业发展计划	61
第四章 2008 年后台湾地区文化产业发展政策规划	75
第一节 《文化创意产业发展计划》后续推动措施	75
第二节 马英九任期文化产业发展政策规划	80
第五章 台湾地区文化产业发展总体分析	88
第一节 台湾地区文化产业发展概况	88
第二节 台湾地区文化经济现况分析	97

第三节	台湾地区文化人力资源现况分析.....	101
第四节	台湾地区文化活动现况分析.....	103
第五节	台湾地区县市文化公众参与现况分析.....	106
第六章	台湾地区主要城市文化产业 发展结构深层解析	114
第一节	台湾地区主要城市文化产业发展政策取向.....	116
第二节	台湾地区主要城市文化产业发展区位商数分析.....	135
第三节	台湾地区主要城市文化产业发展与社群团体参与.....	138
第七章	综论：台湾地区文化产业发展 与市场营销趋向	144
第一节	台湾地区文化产业发展政策规划.....	144
第二节	台湾地区文化产业总体发展现况讨论.....	146
第三节	台湾地区主要城市文化产业发展现况讨论.....	151
第四节	台湾地区文化产业发展与市场营销当前问题及未来趋向.....	161
参考文献	170
附录一	2005 年台湾地区文化创意产业 发展政策事件	176
附录二	2006 年台湾地区文化创意产业 营销政策事件	190

表 目 录

表 2-1	传统地区发展供给面政策和新的需求面企业化发展政策之对比	16
表 2-2	地方经济发展新旧概念比较	27
表 2-3	不同经济阶段区分	29
表 3-1	挑战 2008: 台湾十大重点投资计划	44
表 3-2	台湾地区文化创意产业之范畴及主办机关	61
表 3-3	台湾地区文化创意产业发展计划具体项目	68
表 5-1	2002 年与 2005 年文化创意产业之经营年数结构	89
表 5-2	台湾地区文化创意产业家数空间分布	90
表 5-3	台湾地区文化创意产业营销总额空间分布	93
表 5-4	台湾地区文化创意产业内外销收入空间分布	95
表 5-5	台湾地区文化创意产业营业额	98
表 5-6	台湾地区文化创意产业产值	100
表 5-7	2002~2005 年文化创意产业就业人数	102
表 5-8	台闽地区艺文展演活动分类统计	105
表 5-9	台闽地区各县市艺文活动个数概况比较	107
表 5-10	台闽地区各县市艺文活动出席人次概况比较	109
表 5-11	台闽地区各县市艺文活动公众参与比率	111
表 6-1	台湾地区县市竞争力排行榜	114
表 6-2	台闽地区主要城市(企业单位)生产总额区位商数值	136
表 6-3	台闽地区主要城市县市政府文化经费概况	139
表 6-4	台闽地区主要城市艺文展演活动统计	140
表 6-5	台闽地区主要城市文教性基金会(财团法人)比较	141
表 6-6	台闽地区主要城市文教性社团(社团法人)比较	142

图 目 录

图 2-1	地区营销途径的成分要素	20
图 2-2	顾客对地区购买的决策途径	21
图 2-3	结合公共管理观点之地区营销行动架构	23
图 2-4	经济演进阶段	28
图 2-5	创意文化的统辖管理体系	40
图 2-6	互动统辖体系中主要群体的策略性调适过程	41
图 2-7	地区文化产业发展之公共价值创造结构	43
图 3-1	台湾地区文化创意产业发展规划	47
图 3-2	台湾地区文化创意产业发展计划跨部门推动组织	64
图 3-3	台湾地区文化创意产业发展计划架构	67
图 4-1	2008 年后台湾地区文化产业发展政策规划	81

第一章 导 论

在面对加速变化的外部环境时，各国有条件的城市、地区和企业都开始抱持世界级标准来看待未来市场的竞逐，意识到要走向成功，首先得放眼全球，而后力争达到世界级水平。地方优势的形成不仅取决于各种内生性发展条件的成熟，其与全球其他区域的竞逐亦已成为当前最主要的发展趋势，地区营销的观念也由此应运而生。在面临亚太各大都会竞逐发展的情势下，应如何灵活地运用策略性规划才能奠定最有利的地区发展基础？是否能透过前瞻性营销(marketing)替代传统的促销(promotion)策略来唤回地区民众对居住城市的荣耀感，进而聚集世人的目光，使城市足以在往后的国际竞逐中占有一席之地，应该是当前我们要仔细探究的地方发展课题。

在地区的营销规划中，吸引观光游客、发展休闲事业、筹办会议产业、吸引商务投资进驻、创造就业机会，以及吸收高素质人才落户定居是六种最主要的发展策略，这六种发展策略的筹划重点在于藉由地区特殊性的考虑，引领出地区对外界的吸引力，促成地区特色品牌的经营。就此方面，文化与产业结合的发展，应可视为更具深层意涵的地区营销行动。进言之，以地区特有文化为基础，透过文化人力资源的创意理念与创新手法，导引文化产品与文化服务的生成，塑造本身特有的地区品牌，以促成地区营销所追求的吸引顾客进入地区从事观光、休闲、会议、投资、就业与定居，从而创造出地方有形与无形的文化附加价值。这也就是一种有形与无形文化的加值转型，也是文化、创意与产业的结合，更可视为一种藉由文化产业发展达成地区文化营销目的之理念运作。

地区文化营销不仅是一种强调企业性的地方发展行动，更是一种藉由文化投资与建设促成公共价值创造的规范性地方管理策略。其重视寻求切合文化发展环境的资源支持，衡量进行地方文化营销时地区本身资源的可及性，进而促进地区自我改造行动。换言之，依此观点进行的营销作为，不仅应重视地方文化产业发展目标的达成，且应关切由此行动所带来的地区文化资产的价值转型，以及高素

质人力资源的引进,最重要的更在于是否能在追求文化经济活动与文化兴办之时,兼重地方民众参与文化公共事务讨论的热情。这是本书在从事文化产业发展研究时,吾人寻思最应深层掌握并深切体会的公共价值创造观点。

中华文化源远流长,文化底蕴精深,藉由亲近珍贵的中华文化遗产能达到精神心灵的升华,但在全球化的浪潮下,如何促成地区文化与全球脉动接轨,以提升地区文化的附加价值?如何透过创意加工,将古老的传统文化精髓与当前 21 世纪的开放社会加以融合,以呈现出中华文化的新时代风貌?而在文化产业的推展过程中,除了文化与经济的因素外,文化人力素质的提升、高技术含量人才的引进,以及地区民众对文化发展事务的讨论,都与地区文化产业发展的成果良窳,息息相关,密不可分。上述议题或许是当前我们讨论到地区推动文化产业发展时更应深入探究的重点课题。

基于台湾地区保存有中华民族固有文化的丰厚遗产,经过多年的发展规划,已具备较好的全球化接轨经验,而普及的教育也使台湾奠定起深层的服务业基础,培养出具有高度服务理念的文化人力资源,从而促成台湾地区文化产业的进一步发展。由此,台湾地区当前文化产业发展所面对的理论议题、政策实务与相关行动成果,实可视为五千年中华文化发展历程中,较为特殊且值得参考的实践范例。

第一节 台湾地区文化产业发展背景概述

一、永续思考下的地方文化产业发展政策取向

到 21 世纪中期,由于跨国经济活动的发展、信息通信科技的进步,以及网络发达的大众传媒等因素,所谓全球化的趋势已在世界各地如火如荼地展开^①。随着全球化的冲击,在美国、英国及日本,由于中央政府逐渐面临传播与沟通模式的快速进展及财政收入上的困境,因此无力顾及地方发展。这种传统的国家主权逐渐削弱的趋势,促使地域间的实质距离缩短,以致各地区或城市成为全球竞争市场中的单一元素,造成地方面对面的激烈竞争。换言之,在全球化经济发展、

① 明居正. 2000. 全球治理: 趋势与局限. 新世纪智库论坛, (11): 36-42

国与国之间界限已不再重要的现在,随着跨国资本的流动及流动空间的形成,一种全球化城市(globe city)或世界都市(world city)的结构新风貌正逐步浮现,这便是地方经济发展兴起的开端^{①②}。

基于上述情势,1999年3月在澳大利亚布里斯本举行的亚太城市会议即指出,未来世界政治进步与社会安定的重心已由“nation state”转移至“city state”,也就是城市(地方)^③发展主导国家走向。换言之,以往所重视的经济发展问题通常以较大范围的区域为探讨的对象,如国家经济发展、区域经济发展或全球经济发展等,转而为兼重小范围的地区与都市发展课题;同时随着国际竞争日趋激烈,地区兴起、地方自主已然成为区域发展最有效的方向^④。

基于全球化与在地化发展逐步走向整合的趋势,全球各地区间兴起利用文化以创造资源的新思维。地方在保存其本身文化传统的基础上,藉由各地区间的文化交流,共同运用各项文化资源,汇集成全球共同资产(world heritage properties)^⑤。基于全球共同利益的思维,文化与经济产业走向结合,这种结合不仅关注既有文化的保存,还在兼顾文化资产(包括有形资产与无形资产)的永续维护与发扬利用的基础上,促成地区发展资源进一步得到提升。

为求深入探求文化与经济结合的内涵,在1999年5月举行的欧洲文化产业会议上,来自22个国家的250位与会代表齐聚德国的埃森,共同讨论文化产业在欧洲城市与地区成功发展的模型及其条件因素,并于会后发表《埃森宣言》(Essener Erklärung)^⑥,明确列出文化产业与文化经济发展的十项指导原则,其中除认为文

① Sassen S. 1991. *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton, NJ: Princeton University Press

② Manuel C. 1998. *网络社会之崛起*. 夏铸九译. 台北: 唐山出版社

③ 本书所探讨者为相对于“中央政府”主导供给导向的地方/地区需求导向发展模式,并依台湾地区目前发展现状探究有别于传统“中央政府”主导规划的当代由下而上的地方发展行动,因此在书中即将地区(place)、地方(local)、城市(city)与都市(urban)并同讨论,其探讨概念均无二致。

④ Jacobs J. 1993. *The death and life of great American cities*. New York: Modern Library

⑤ Garriaud-Mayla J. 2007. *Intangible patrimony, cultural diversity and sustainable development*. “Cultural Diversity and Sustainable Development: a Dialogue between Taiwan and Europe” International Forum. Taiwan: Kaohsiung, May 25~26

⑥ 《埃森宣言》所列出的十项指导原则为:文化产业是一个自主的经济场域;文化产业是以未来为导向;文化产业能够持续地稳定及创造地区的就业机会;文化经济有助于地区本身潜力的强化;文化经济承继欧洲的历史遗产;文化经济需要有积极的文化政策;文化经济需要有积极的经济政策;文化经济需要城市建设政策的支持;文化经济需要整合性的城市与地区政策;文化经济急需在欧洲形成适当的发展环境条件。

化产业能持续稳定地创造地区就业机会外,更有助于地区本身潜力的强化。《埃森宣言》可说是当代文化产业蓬勃发展的极佳见证^①。再依据联合国教科文组织(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO)所进行之统计,至1996年时,文化产业,涵括文化产品(cultural goods)与文化服务(cultural services)^②的总产值,首度超越所有其他传统产业,成为美国最大宗产业输出口。由此可见,文化产业为全球化下的地区乃至国家的发展带来了帮助与贡献。因此2006年9月中央发布的《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》,即列出“文化创新”项,明定繁荣发展文学艺术、培育文化创意群体和内容提供商、推动文化企业成为文化创新主体、加快科技创新、加强知识产权保护等要点,期以文化产业为国家发展带来巨大的帮助与贡献。

二、全球竞争下的地方多元群体政策参与理念

面临全球竞争时代趋势的发展,地区应在全球化架构下,提出应对全球脉动的地区发展实践法则与策略^③。由于传统地方向中央申请补助、被动执行中央政府决策的中央集权式政府管制形态难以切合在地需要,并可能产生政府失灵(government failure),不足以有效响应来自大环境中的问题与挑战,因此,既有的行动成果已无法切合现阶段地区发展所求^{④⑤}。

为应对竞争日趋激烈的地区发展情势,在地方追求长远发展的过程中,政府被要求减少行政管辖,增加对于重要公共议题的信息回馈机制,并适时对政策各项规划执

① 刘维公. 2003. 台北市文化产业发展现状及振兴政策调查研究. 文化创意产业研究发表论坛

② 文化产品一般是指那些传达意念、符号和生活方式的消费品,透过这些消费品的信息传递与消费流通,有助于建立集体认同和有影响力的文化习俗。在知识产权的基础上,个人或集体创作,文化产品得以经由产业生产过程加以复制,并在全世界发行。其包含书刊、多媒体产品、信息软件、唱片、电影、录像带、影音节目、手工艺和时装设计等,构成多元化和多样性文化。至于文化服务,乃为旨在满足文化利益或需要的活动,这类活动并不代表物资本身,其通常包含政府、民间组织及准公共机构或企业可以提供给社会的实际文化行为与活动等整体配套措施支持设备,此类服务涵括推广表演、文化活动以及文化信息的传递与维护(图书馆、文献中心及博物馆)(UNESCO, 2007)。

③ 王文诚. 2004. 全球化趋势与地区发展. 公共事务评论, 5(2): 75~92

④ Drucker P F, Nakauchi I. 1997. Drucker on Asia: a dialogue between Peter Drucker and Isao Nakauchi. Oxford; Newton, Mass: Butterworth-Heinemann

⑤ Stough R R. 1998. Infrastructure and technology in US metropolitan regions. Paper presented at the Workshop on Infrastructure Policy, The Tinbergen Institute, Amsterdam, The Netherlands, February