

Starbucks

iPod

Ikea

The Magic Power of Style

劉維公 著

Hip-Hop

LOHAS

BOBO

如今我們來到了一個新的時代
從此市場競爭的利基不再是價格速度
而是生活風格與美感體驗

Sex and the City

Luxury Brand

aesthetic experience

presenting image

lifestyles

風格推薦

台北市文化局局長 李永萍

巨大集團 (Giant) 總經理 羅祥安

文化評論家 南方朔

作家 韓良露

風格 競爭力

劉維公 著

The Magic Power of Style

風格競爭力

作 者／劉維公

責任編輯／王慧雲、陳宣妙

封面、美術設計／黃育蘋

發行人／殷允芃

出版部總編輯／金玉梅

出版者／天下雜誌股份有限公司

地 址／台北市 104 南京東路二段 139 號 11 樓

讀者服務／(02) 2662-0332 傳真／(02) 2662-6048

天下雜誌 GROUP 網址／<http://www.cw.com.tw>

劃撥帳號／01895001 天下雜誌股份有限公司

法律顧問／台英國際商務法律事務所·羅明通律師

電腦排版／中原造像股份有限公司

印刷製版／中原造像股份有限公司

裝訂廠／政春實業有限公司

總經銷／大和圖書有限公司 電話／(02) 2988-6128

出版日期／2007 年 8 月 29 日第一版第一次印行

2009 年 2 月 9 日第一版第三次印行

定 價／260 元

書號：BCCF0135P

ISBN：978-986-6759-16-1（平裝）

天下網路書店：<http://www.cwbook.com.tw>

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換

國家圖書館出版品預行編目資料

風格競爭力：劉維公著.-- 第一版.-- 臺北市：天下雜誌，2007.08

面；公分.--（天下財經；135）

ISBN 978-986-6759-16-1（平裝）

1. 消費社會 2. 經濟發展 3. 臺灣

551.85

96015600

訂購天下雜誌圖書的四種辦法：

◎ 天下網路書店線上訂購：www.cwbook.com.tw

會員獨享：

1. 購書優惠價
2. 便利購書、配送到府服務
3. 定期新書資訊、天下雜誌網路群活動通知

◎ 在「書香花園」選購：

請至本公司專屬書店「書香花園」選購

地址：台北市建國北路二段6巷11號

電話：(02) 2506 - 1635

服務時間：週一至週五 上午8：30至晚上9：00

◎ 到書店選購：

請到全省各大連鎖書店及數百家書店選購

◎ 函購：

請以郵政劃撥、匯票、即期支票或現金袋，到郵局函購

天下雜誌劃撥帳戶：01895001 天下雜誌股份有限公司

* 優惠辦法：天下雜誌 GROUP 訂戶函購 8 折，一般讀者函購 9 折

* 讀者服務專線：(02) 2662-0332（週一至週五上午9：00至下午5：30）

風格競爭力 *contents*

推薦序 走路有風，格調輕鬆 李永萍 5

推薦序 風格當道 韓良露 7

自序 歡迎來到體驗的時代 10

導讀 下一波關鍵競爭力 16

Part 1
關於風格社會的九大趨勢

體驗力量大	28
你世代	36
單身新勢力	43
消費貴族	51
消費即旅遊	58
消費即收藏	66
消費即運動	72
夜店無所不在	82
美感的平價化	89

風格競爭大

contents

Part 2

關於風格社會的五種新興力量

魅力競爭力	96
次文化競爭力	104
價值觀競爭力	114
類型競爭力	122
輕型城市競爭力	131
兩岸文創產業競爭優勢解析	138

Part
3

關於風格社會的八個關鍵思考

美感創新 148

美感佔有率與心靈佔有率 158

想像力工程師 165

情緒密碼 172

台灣品牌發展的課題 178

重視美學技能的培育 185

從便利商店看服務業的美感創新 193

風格社會：美感創新的溫室 199

風格 競爭力

劉維公 著

The Magic Power of Style



王竹君 攝)



(王竹君 攝)



(黃明堂 攝)

最近幾年，
台灣社會悄悄地出現一些變化
單身的人變多、麥當勞像星巴克
桌上都是凱蒂貓、大家都愛王建民
不管貴不貴，有感覺才對

The Magic Power of Style

風格競爭力



(周致一攝)



(蕭世英 攝)



(周致一攝)

風格社會，體驗時代
全民都瘋可愛，夜店無所不在
日常生活好像旅遊，有魅力就勝一籌

推薦序

李永萍

走路有風，格調輕鬆

我從一個體制外的批判者、倡議者，到跳進體制內成為願景擘劃者、政策制定者，乃至於資源分配者，亦常自忖「文化在哪裡？」，而非只問「牛肉在哪裡？」

誠如本書所揭露的風格社會九大趨勢，所謂的「牛肉」（即本書所提的名牌、消費、夜店、次文化等概念）只是全球化一窩蜂「經濟決定論」（economic determinism）風潮下的物化指標，而牛肉背後的故事與文化風格，其所象徵的文化品味與內涵的文化指標，方是決定城市未來發展的關鍵元素！更是本書亟欲登高一呼、扭轉當今日趨嚴重的「只問浮華、不求昇華」之「反客為主」弔詭現象，可說是維公兄在輕鬆說風格的背後，所隱藏不住的一股寧靜的美學革命力量！

書中所提及的台灣社會迪士尼化（disneyization）現象，的確也蔓延至許多轉型中的城鎮：西班牙的畢爾包（Bilbao）在來入口根漢美術館（Guggenheim Museum）

05 / 04

推薦序 / 走路有風，格調輕鬆
風格競爭力

之後，也來了一串的跨國連鎖企業如家樂福、麥當勞與星巴克；國內的淡水小鎮，在一群街頭藝人進駐之後，也看到了一樣的跨國企業又如法炮製地在淡水複製，讓原本在地的、紮根的、手工的、原創的風格似乎走了味，但我們也看見許多產業通過了競爭考驗……關鍵便在於創意與創新的能量！

「無創新即滅亡」(to innovate or to die)不再只是教科書上的金科玉律，而是所有經濟市場所面臨最為嚴峻的挑戰，文化產業亦然！更何況現今的企業都已經學會披上文化的外衣……。

所以，本書所提出的關於風格社會的五種新興力量，都深值讀者玩味思索再三。例如文中所提出的「體驗社會」的興起，就像現今在信義威秀行人徒步區展演的街頭藝人，他們盡情展現自己的魅力、也讓參與體驗的觀眾感染其傳達的文化影響力，這所有體驗過程的總和，正是台北最為珍貴的「風格競爭力」！

大家也一直在尋覓一張「台北的臉」，但台北似乎總是不斷「變臉」，你問我台北的風格究竟為何，我沒有答案，也應該沒有標準答案……因為，寫答案的人，正是本書第二章的——你！

作者為台北市文化局局長

推薦序

風格當道

韓良露

太陽底下早有風格這回事。古埃及女王獨特的化妝與服飾是他的風格競爭力，克麗奧帕式的流行征服了古希臘的上流仕女，擴大了古埃及文化的影響力。

被喻為太陽王的法王路易十四也深懂風格的力量，他創造的楓丹白露貴族休閒生活型態，讓全歐洲的皇室都見識到路易王朝的飲宴、家具、服飾、香水等等是多麼華麗優雅，讓法國成為歐洲時尚、美食美酒、珠寶、室內設計的美學代表，奠定了法國到今日仍是國家重要外匯收入的精品經濟。

美感經濟當然不是今日才存在的現象，布魯日的蕾絲與掛氈、翡冷翠的香水與手套、梅森的瓷器、愛丁堡的蘇格蘭格子布，都是擁有高附加美學價值的輕工業，中國明代的貿易瓷、日本的伊萬里，也都是用美感賺取外匯的實例。

風格、美感成為普羅大眾全面性的消費意識卻是二十世紀後期的社會趨勢，二十

07 / 06

推薦序 / 風格當道
風格競爭力

世紀本來就是文明力量普及化的時代，許多在古埃及、歐洲中世紀、法國近代仍屬於貴族消費與品味和事物，在二十世紀八〇年代泡沫經濟時期成為社會中產、雅痞人士的時髦追求，但在二十一世紀卻也成為某些普羅大眾的集體欲望。

還記得八〇年代初期，在台灣購買名牌服飾、包包、鞋子的人士仍屬少數，但自九〇年代起，在麥當勞打工的學生會存錢去買一雙可抵月薪收入的運動鞋，粉領上班族女性也可能省吃儉用大半年去買個五、六萬元的名牌包；而某個品牌創造的環保袋竟然也可以掀起瘋狂搶購的旋風。

在這股廣大、擴大的集體消費意識背後隱藏的即是專研社會消費學理論的劉維公關心的主題，即風格社會的形成，以及風格競爭力成為個人、產業、社會、城市、國家升級的基本動力。

太陽底下雖然早有風格這回事，但風格成為如此眾人自覺的事卻是當代社會的特色，特殊的髮型、服飾、生活型態不再是皇公貴族、布爾喬亞階級所專有；今天，四、五歲的小孩也知道剪個流行頭、穿個流行勃肯鞋。不僅藝人要有風格意識，政治人物也講究風格，甚至在「酷男的異想世界」中，原本最應當代表美的追求的藝術家，竟然也要由酷男請時尚專家打造風格。

我曾和劉維公教授一起主持「旅遊生活」(Travel & Living)頻道中報導當代台灣生活風格的節目，之後有時就戲稱他是「風格教授」。這位有著老氣名字的年輕教授，不僅長得夠格、衣服穿得很酷、生活也很有型，會固定去天母運動公園打球，也

常去各種藝文場所做美學觀察，偶爾還會上夜店做時尚玩家。

劉維公不僅是風格的觀察者、實踐者，更是理論學者，看他寫的文章如此結構嚴謹、條理分明、心思縝密，真不知道他平常在做風格田野調查時如何玩得起來。他大概有偵探的本事，可以身兼多種角色。

繼《風格社會》這本好看又切中當代消費文化主題的書之後，劉維公教授新出版的《風格競爭力》，讓我們看到風格力指數愈高的產業、城市、社會、國家，創造的附加價值愈高，也愈能活出文化創意的生活型態。

如今風格當道，有一天，「風格盲」就跟文盲一樣缺乏時代的競爭力。

作者為知名作家、美食家

09 / 08

推薦序 / 風格當道
風格競爭力