

马 来 西 亚 华 人

文化创意品牌

徐婉君、王兆骥、傅承得

华人文化创意生态导览

三十多个亮丽品牌

道尽这片贫瘠土地文化垦荒的故事...

大将财经 10

马来西亚华人 文化创意品牌

大将事业社 出版

大将出版品第 176 种

大将财经 10

马来西亚华人文化创意品牌

作者：徐婉君、王兆骥、傅承得

执行主编：王兆骥

策划主编：徐婉君

美术编辑：刘民杰

社长：傅承得

发行人：傅兴汉

创意顾问：游川

法律顾问：吴汉强、王瑞隆律师

市场执行员：颜永平、司徒瑞琼

出版：大将事业社（马来西亚）

发行：大将事业社（马来西亚）

MENTOR PUBLISHING SDN BHD (473710-T)

4, Jalan Panggong, 50000 K.L., Malaysia.

Tel:03-20266288 Fax:03-20266266

E-mail: mentorpoh@pd.jaring.my

web site: mentor.com.my

印刷：佳印贸易公司

第1版第1刷：2003年7月5日

定价：RM 24.00

著作权所有·侵害必究

国际书号：ISBN 983-2385-77-6

图书分类：

Perpustakaan Negara Malaysia Cataloguing-in-Publication Data

Ser, Wan Kun, 1971-

[Ma lai xi ya hua ren wen hua chuang ye pin pai]

马来西亚华人文化创意品牌/徐婉君等著

(大将财经：10)

ISBN 983-2385-77-6

1. Culture--Economic aspects--Malaysia 2. Arts--Economic aspects--Malaysian

I. Ser, Wan Kun, 1971-. II. Title III. Series: Da Jiang cai jing ; 10.

338.4730609595

本书如有缺页、破坏、装订错误，请寄回本公司调换。

¥74.31

目录

出版缘起

文化大手印 / 徐婉君、王兆骢、傅承得

6

演艺类

绪论

14

石头舞团：处处剧场 全民起舞

16

共享空间：因共享而大放异彩

22

万胜行：铿锵腾跃的国际品牌

28

飞蒲文化艺术中心：文化活动设计与咨询公司

34

专艺文化艺术机构：悠扬天籁传播薪火

40

世纪舞台：让专业回到专业

46

手集团：鼓出一片新天地

52

芋叶团：恋恋老情调

58

口琴世界有限公司：让世界充满和谐之声

64

单单表演工程：单纯的创业工程

70

凭舞台：一条举步艰难的路

76

艺术类

绪论	84
集珍庄：专业专精 领导市场	86
鹏志堂：艺术经营灵活变通	92
慕泥陶舍：世人有泥土 我们有陶艺	98
陈耀威文史建筑研究室：鸡婆的事业	104
平旦创意工作室：你快乐 所以我快乐	110

艺文知识传播类

绪论	118
雪兰莪音乐学院：卅年擦亮一个音乐品牌	120
柔佛音乐艺术学院：孜孜带动音乐风潮	126
影艺摄影专科学院：焦点教学 经营小而美	132
附录：	
马来西亚艺术学院：迈向优质创意教学之路	138
天人文化书院：结合传统与现代的智慧	144
文运企业：传播文化的使者	150
摄影人：开启世界美景之眼	156
新希望工作室：打造独立思想的空间	162

人文休闲空间类

绪论	170
紫藤集团：灌溉文化的园丁	172
信兴祥靓汤餐厅：保健营养便利站	178
海螺民歌餐厅：倾听海螺的回响	184
椰子屋：经营事业如写文章	190
变色龙茶餐馆：变出一条不同的路	196
Wow Wow 民歌餐厅：坚持本土音乐新主张	202
清荷人文空间：城市中的人文田园	208

助印／

城邦（马新）出版集团

雪兰莪音乐学院

马来西亚艺术学院

南方学院

出版缘起

文化大手印

文化创意品牌

本书的原创构思，来自大将书行傅兴汉总经理。2002年9月，他提出一项充满创意的活动：“大手印——马来西亚文化品牌展”。近年来，“文化也是产业”的想法，逐渐在马来西亚华人社会扎根。介绍、考察或检视这个领域的成果和问题，因而有其意义。

所谓“文化品牌”，毕竟范围太广，举凡个人、社团或营利公司，只要从事文化工作而名声响亮，都是文化品牌。我们因而明确定位，关注“马来西亚华人文化创意品牌”，也即是以本地资金，注册和经营文化事业的华人著名营利机构。

我们也采用紫藤集团林福南董事经理为“文化创意”所下的界说，即：“文化创意，是人类一种结合心智与实践的活动。在设定的文化场内，它将文化资源的生产力，经由一项或多项有效的过程或创新，使其由低处往高处移动，从而为人类社会的文化发展作出有系统、有价值且持

续的贡献。”

经过实况了解、探讨和分析，我们把华人文化创意分为四大领域：演艺、艺术、艺文知识传播和人文休闲空间，并遴选廿九家深具知名度甚至指名度的品牌，进行文化创意生态的介绍和考察，也希望进而检视现况和引发思考。这些文化创意者的心路历程和经验结算，更是可供参考、学习与传承。

文化创意火种

文化的特质是累积；精致文化则是闲暇的产物。1980年代中期，马来西亚华人社会步入小康，有余钱也有余闲进行较高档次的文化活动或消费。本书除集珍庄与雪兰莪音乐学院等少数几家，其余尽是近廿年来浮现的文化创业品牌。

以紫藤集团为例，它的前身紫藤茶坊，成立于1987年，首倡品茗艺术，并成功结合休闲空间的经营理念，改写文化运程，也改变业界生态，或可成为马来西亚华人创业的分水岭。此后以营利实体运作且企图全职投入的文化创业频有所闻，有成有败，前仆后继。

文化创意者都有饱满的热情与崇高的理想。他们原就情牵文化艺术，进而想推动发展与感化人心，丰富华社与国家的人文精神。而创业的乐趣，在于创意与挑战。它从个人的艺文创意，衍生商业的经营创意，既挑战现

实，也自我挑战。

文化创意因而充满魅力；陶醉其中，更会觉得这是迷人的行业。本书廿九家文化创意实例，多不赚钱，然而仍坚持理想和辛苦奋斗，甚至乐观面对与积极开拓，充分证明业者体认：谋利，只是文化创业的目标之一；为社会付出，才能赢得赞赏、尊重与满足。

高化学，低物理

文化人多重理想而轻现实。然而，文化创意攸关生意成败与财务盈亏，主事者得付租金发薪水还债款，面对实务经营的尖锐与残酷。因此，他们得拉近现实与理想的距离，企图兼顾以求取平衡，最好融合以化解矛盾。我们发现：本书多数的文化创业者，都能脚踏实地。

当资金短缺，这些文化创业者都想以有限的资源，发挥最大的效益。他们平时精兵简政，遇专案则筹组人马全力出击。演艺界也不只想到借人力，还汲汲探寻向企业与社团借物力的可能。借力以互惠互利，或借人之长以补己之短，因而是文化创意可行的存活发展策略之一。

有的文化创业者，也从产品或内容面，思考存活发展的可能。他们深切体认：阳春白雪唱高调，群众因无法理解接受而疏离；只有调低身段，雅俗并重，文化创意才能走得久远。他们因而付出超高的社会教育成本，建设或开拓市场利基，从而提高艺术鉴赏水平与文化消费共识。

我们看到文化基因的转变：原本高化学而低物理的文化人，当肩负文化创意经营者的重任，他们必须脚踏两条船，还得一面挥汗摇橹，一面放远眼光，从长计议。只要尽心尽力，事业的成败或许不必耿耿于怀，人生的丰收却肯定满心欢喜。

人本经营模式

以人为本，是马来西亚华人创业的另一显著现象。许多文化创业者，自身就是文化太阳，他们在相关文化艺术领域，早已成果斐然和声名卓著。虽然化身或兼任文化月亮，从事中介或辅助推动工作，但他们以个人荣誉，塑造文化创意品牌，立竿见影。

文化人从台上的聚光焦点，走到台下拉拢群众入场，或躲进幕后搭台搬道具，殊非易事。这种心理落差，非强者无法克服。所谓“强者”，指的是意志力坚定、明确知道自己要什么和该怎么做的人。当现实条件无法使他们继续发光发热，他们选择了协助别人发光发热的位置。

然而，人本经营模式如剑双刃，竖立品牌事半功倍是其利，因人成事也因人败事是其弊。强人而非强势领导，掺杂太多个人色彩，虽是个性鲜明，却使文化创意经营充满变数。个人好恶左右一切，可能摇撼事业基础，人亡政息更是屡见不鲜。

在文化创意阶段，人本经营模式或许利多于弊；但要

长期或永续经营，详尽规划如培训人才、健全体制与共同决策，应是关键。万胜行萧斐弘的放权、雪兰莪音乐学院陈达真的交棒、慕泥陶舍陈义钊与黎美容放弃国际市场而回归教育，都让我们看到文化创业者的经营智慧。

学习，再学习

本书许多文化创业者，不约而同强调学习。在这个相对陌生与艰难的创业领域，只有加强学习的意愿与速度，才能确保顺利坦途与清晰前景。他们甚至显示了专业企图心，想透过学习掌握文化艺术与事业经营的专业能力。尤其后者，更得集中心力，学习，再学习。

在文化创业的竞技场，谁学得最多和最快，谁就能保住命脉或脱颖而出：学习坚忍不拔以面对挑战和解决问题；学习资金运作、财务掌控、行政与人事管理、人际沟通、市场行销、顾客服务乃至品牌经营等 **know-how**，进而整理经验和传承知识，加强专业力和扩大组织学习力。

也许，我们可以总结：没有学习，就没有文化创业；文化产业，其实也是知识产业。

也基于这样的认识，我们破例在艺文知识传播类，收入非营利机构马来西亚艺术学院，以及还在开天辟地的天人文化书院。

这是第一本有关马来西亚华人文化创业品牌的书，难免不周或遗珠。在马来西亚这个对华人文化传扬发展充满

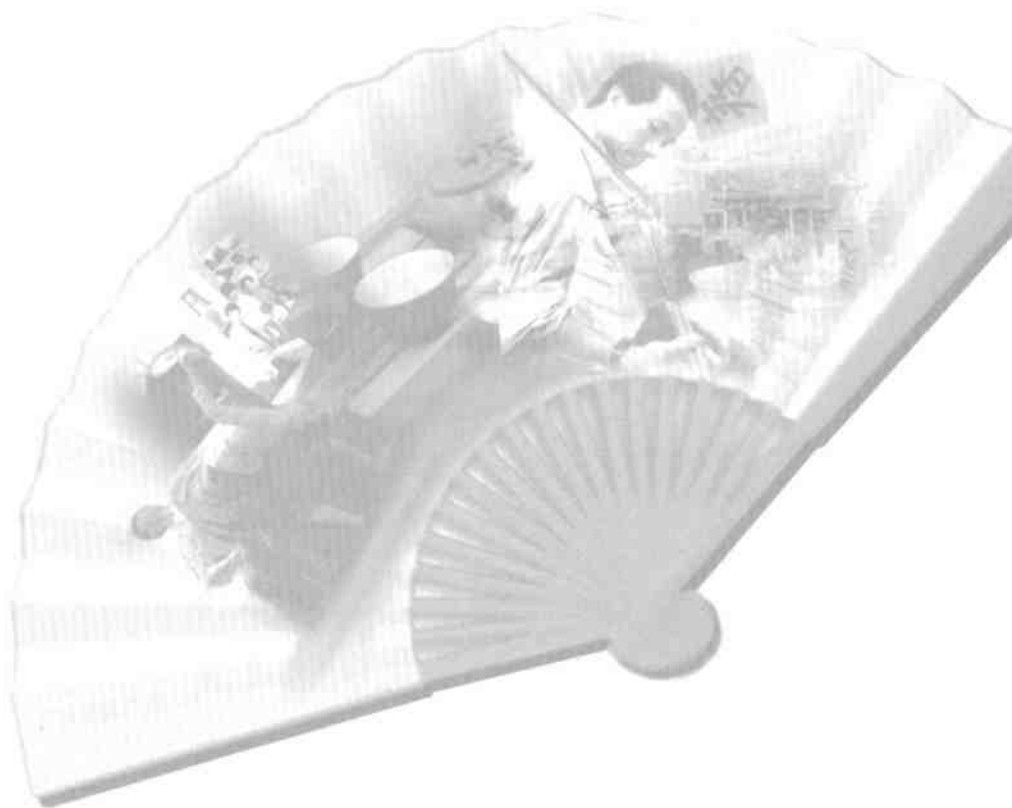
不利因素的客观环境里，我们只想肯定和鼓励这些主动献身以期自力更生的文化创业者，并盼望后有来者。至于不足之处，也请高明赐教，来日或有第二本书的出版，可以纠正和补充。

徐婉君、王兆骢、傅承得（执笔）

2003年5月

演艺类

- 石头舞团 · 共享空间 · 万胜行 · 飞蒲文化艺术中心
- 专艺文化艺术机构 · 世纪舞台 · 手集团 · 芋叶团
- 口琴世界有限公司 · 单单表演工程 · 凭舞台



绪论

1990年代是马来西亚华人表演艺术的成长期，许多表演艺术团体纷纷成立，企图一改过去附属于宗亲社团文艺组的命运。新成立的团体多不胜数，如陈清水舞蹈工作坊、川草舞蹈剧场、寿板舞团、豆豆儿童剧场、图腾多层演艺、Need Entertainment、北岛戏子及槟城儿童合唱团等，都有杰出的成果。他们为了理想奋不顾身，前仆后继，丰富了我国的演艺内容，也为后进累积珍贵经验。本辑收录十一家演艺文化创意机构，在演、唱等表演艺术领域各展风华。他们面临现实与理想的挑战，开拓生存之道，经营雅俗并重，必能做为演艺创业者的借鉴。

石头舞团提倡“处处剧场，全民起舞”理念，陈连和要将殿堂中的舞蹈艺术，交回给民间。

共享空间采取重雅通俗的路线，除提升艺术价值，也以深入浅出的作品吸引群众。它杰出的表现获得企业的支持，开启艺术团体结合企业互惠互利的模式。

萧斐弘的万胜行龙狮艺术制作，在他的经营下，建立独特的风格和国际品牌，产品畅销国内外。

飞蒲文化艺术中心，经姚新光苦心经营近十年，脚下的路愈来愈清晰，文化活动设计与咨询公司的定位，突破了马来西亚华族文化人的观念。

专艺华乐团成立之初，即以商业机构营运，力求永续经营的可能。1998年曾面临解散的危机，改革之后，重新出发，朝向专业化目标前进。

世纪舞台演艺中心，承办各类型歌唱会，是为了让演唱者专心歌艺，把行政工作交给幕后人员，以提高马来西亚歌唱艺术的专业经营。

手集团失言成为马来西亚的鼓团品牌，融合鼓艺与其他表演艺术，开创本地鼓艺的生存之路，赢得商业与政府机构的支持。

芋叶团老歌新唱，唱出一片天地，建立友弟老歌演唱者招牌，策划演唱会和出专辑，立足本地放眼国外。

张雅诰的口琴世界有限公司，气魄非凡，小公司却筹办两场国际活动，结果虽然债台高筑，但他不视为亏损，而当作事业奠基的必要投资。

单单表演工程为了“探索生命的真与善，创作单纯的心灵美”，孙春美将戏剧艺术的根扎在这块土壤之余，更把国内戏剧艺术带到国际舞台。

凭舞台是“一个人的公司，全族人的文化产业”，从事舞台制作服务、策划演出及服务，并成立教育组和网站等项目，目的是贡献本地戏剧文化。

因为理想，因为热情，表演艺术才得以百花齐放。迈入新世纪，演艺事业应该整理过去的经验，重新出发，走出一条可以永续生存的经营之道。（徐婉君）

石頭舞團

Batu Dance Theatre

处处剧场

■ No 1 (3rd Floor), Persiaran Pegaga, Taman Bayu Perdana,
41200 Klang, Selangor.

· Tel: (03) 3324-7568 · Fax: (03) 3324-7569

■ web site: www.batudt.com.my

■ e-mail: batudt@hotmail.com