



文化創意產業與 文化公民參與

公共價值創造的觀點

馬群傑 著

 巨流圖書公司印行

文化創意產業與文化公民參與： 公共價值創造的觀點

馬群傑 著

◎ 巨流圖書公司 印行

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

文化創意產業與文化公民參與：公共價值創造的觀點 / 馬群傑著.-- 初版.-- 高雄市：巨流, 2013.01

面；公分

ISBN 978-957-732-468-9 (平裝)

1.文化產業 2.創意 3.產業發展 4.產業政策

541.29

101027151

文化創意產業與文化公民參與

——公共價值創造的觀點

- 著者 馬群傑
封面設計 王立群
發行人 楊曉華
總編輯 蔡國彬
出版 巨流圖書股份有限公司
80252高雄市苓雅區五福一路57號2樓之2
電話：07-2265267
傳真：07-2264697
e-mail: chuliu@liwen.com.tw
網址：http://www.liwen.com.tw
編輯部 23445新北市永和區秀朗路一段41號
電話：02-29229075
傳真：02-29220464
郵撥帳號 01002323 巨流圖書股份有限公司
法律顧問 林廷隆律師
電話：02-29658212
出版登記證 局版台業字第1045號



ISBN 978-957-732-468-9 (平裝)

初版一刷・2013年1月 初版二刷・2013年8月

定價：400元

版權所有・請勿翻印

(本書如有破損、缺頁或倒裝，請寄回更換)



董序

近年來，文化創意產業在國際上逐漸興起，正在成為現代產業發展中的一個亮點。個人於擔任美國商務部商業發展署副署長任內，乃至現於國際領袖基金會（**International Leadership Foundation**）之執行長期間，皆高度關注商務及產業發展對國家的正面助益。特別是近年來，文化創意產業的蓬勃發展，更成為美國乃至全球各國的經濟增長引擎，不僅帶動國家的經濟發展，且透過影視業、出版業、演出業、藝術品經營業、動漫與網路遊戲業等產業發展，國家獨特文化的多元意涵也由此向全球各國廣為延伸。這也就是我們於哈佛大學甘迺迪政府學院（**John F. Kennedy School of Government**）的奈伊教授（**Joseph Nye**）課程中所學習到的國家發展關鍵要點，也可視為國家文化軟實力的重要發展面向之一。

就臺灣而言，其擁有多元且特有的文化背景，近年來更經由系列性的文化產業政策規劃，臺灣各地方縣市雖塑造出令人矚目的文化創意城市風貌；然在地方文化產業發展與地區文化行銷過程中，卻少見經由總體面著手，對文化產業之文化意象、文化人力資源與文化經濟等構面乃至文化公民參與面向進行系統性的比較與分析，此對確實釐清文化產業發展盲點、促進地區資源適切配置，造成相當程度局限。

經由馬博士書中的系統性整理後我們了解，文化產業發展過程中的政府政策規劃雖然重要，然而文化公民參與更不宜偏廢。因此書中提出建議，臺灣在推展既有文化產業發展政策的同時，應兼重導引公私群體協力合作，藉由探求多元社群團體的需求，結合多元社群參與及導引民

間資源投入機制，期望由此避免文化產業發展政策推展過程中，產生解決錯誤政策問題的盲點。相關論點不僅符合國際對文化創意產業的發展認識，相信也足以提供作為未來臺灣政府推展文化產業發展政策之參考借鑑。

作為馬群傑博士在哈佛大學甘迺迪政府學院的研究同僚，觀察到馬博士自進入哈佛大學後，刻苦努力，勤奮鑽研，在擔任研究員工作期間，學術成果豐富，體現出極強的學術能力，也積極進行公共事務的實踐，可說理論與實務兼重。由本書的研究成果可見，馬博士專注於文化產業與地區發展間的關係研究，對臺灣文化產業的經驗與政策體系進行了精深且具系統性的學理探究。在實務相關性方面，其在美期間，亦熱心參與非政府公共事務管理活動。這些活動與工作包括主動參與輔導哈佛大學亞洲學生社團之青年公共事務活動，也投入時間參與我們國際領袖基金會的會務規劃與推展。對此我也極為感佩。基於這些因素，個人相信本書的出版，應確實是學理兼具與知行兼顧的撰述，且對臺灣未來文化產業與文化事務發展，也一定會帶來積極的學術貢獻意義和政策實踐價值。

基於此，故個人欣見馬博士將個人在哈佛大學從事研究員期間的研究成果進行進一步的彙整刪修，整理成冊。本書的出版對關心未來臺灣文化產業發展與文化公民參與的學術與實務界朋友應該具有一定的參考意義，也相信透過對本書的展閱，讀者必能深刻理解文化創意產業與文化公民參與意涵，也能清楚了解這些年來的臺灣文化產業發展經驗。

前美國商務部商業發展署副署長暨
現任國際領袖基金會執行長

董繼玲

2012年7月 於華盛頓



郭序

馬教授的大作中，針對「文化創意產業與文化公民參與」進行深入研究，這個議題與他歷年的研究方向相切合，而就重要性來說，亦頗令人關注。

就個人於北京大學經濟學院修讀經濟學博士期間所從事之論文研討了解，相對於美國與中國大陸，對臺灣這個地狹人稠的海島型國家來說，本身可運用的資源極有限。進一步地說，如果自外於全球化的趨勢，不思考強化地方特有優勢價值，這樣對國家或地區的競爭力都會產生莫大損害。關於本書中所提及，臺灣中央政府與地方政府施政的重大落差，本人略有所感，特別在文化創意產業發展事務上，中央與地方的認知經常難以切合，這種情況與公共管理者的屬性及應變能力有極大關聯。

由於臺灣今日所接受的是民主法治國家的規範、中央與地方自治也有明確區分。因此，在中央政府不能明確掌握地方發展的想法與需要之時，地方公共管理者應該秉持何種理想與價值觀，突破既有的官僚體制規範，用具有創新性與前瞻性的眼光處理地區公共事項，應該是現階段我們所應面對的國家與地方發展極重要議題。

馬教授的研究構想在實務上有其重要性，在學術上也有進行深度探討的必要性。當前兩岸政府管理領域學者所探討的核心議題中，公民社會與非政府組織發展是較為大家認同應專注面對的。馬教授在他本身多年的研究基礎上，將文化創意產業發展與公民參與進行結合，是很創新

的嘗試，這些嘗試部分可見諸於他的先前研究成果，其成果也頗能得到學術與實務界的極正面評價。因此對於他的最新研究出版，我相當高興能有機會優先拜讀，而在拜讀後也高度讚許他能在哈佛大學進行研究期間取得如此完整且具備邏輯論述性的學術成果，並相信書中內容應該有助於回應臺灣文化創意產業的當前發展盲點與未來趨勢要求。

就我的了解，馬教授的研究著作中，對文化創意產業發展與公共價值策略管理的結合論點，特別令個人感興趣。也因此，對於馬教授所提出的研究論述，我給予正面肯定，對於他執行研究計畫的能力，我也抱持極高度認同。這些肯定與認同，最主要更基於此番出版計畫與其歷年學術成果及實務參與莫大相關性的討論前提。

除了研究之外，馬教授的跨文化交流與溝通能力也令個人甚為佩服，對不同觀點與文化的適應能力也令人矚目。他以十多年來在中國大陸研究交流的經驗，培養出跨文化的分析觀點。就我的了解，他的研究與教學都是在全球化與跨文化的前提下，進行理論與實務議題的探討。在理論方面，展現在地區發展的相關議題研究上，在實務方面，基於他本身在中國的地區研究專長，2006年後至2008年期間受邀於北京大學政府管理學院進行海峽兩岸地區暨文化產業發展比較專題報告。由此可以看出，若無跨文化研究的視野與理解，應該難以獲得多元文化背景的大陸學者認同。也就是在跨文化的想法引導下，馬教授與我取得共識，應推動基金會進一步與國外進行更緊密交流，也因如此，所以個人乃成立臺灣國際文化創意產業發展協會，並邀請他擔任副會長之職，以期望共同努力開展臺灣乃至國際的文化創意產業與事務。對於這方面的工作分擔，個人一直感佩在心。

綜合以上的條件，馬博士除了具備優越的學術素養外，在公共事務上也擁有獨特的識見，這也是我之所以願意與他共同努力，致力推動臺灣文化創意產業往前發展的主要原因。他是一位優秀的學者，也是最好的工作夥伴。個人很高興能與此同僚共事，也願意誠摯地推薦他最新完

成的研究著作。期望透過這本書的出版機會，將文化創意產業發展與公民對文化的參與觀念引入臺灣，以為我國帶來更具前瞻性的文化創意產業發展理念與思維。

臺灣國際文化創意產業發展協會理事長暨
中國北京大學臺灣校友會理事長

郭國聖

2012年10月



自序

在面對加速變化的外部環境時，各國有條件的城市、地區和企業都開始抱持「世界級」標準來看待未來市場的競逐，要走向成功，首先得放眼全球，而後力爭進入世界級。然而，在面臨全球都會競逐發展的情勢下，地區優勢的形成是否僅取決於產業經濟的提升或短期活動的興辦？而藉由文化創意產業以促成地區行銷的理念源起為何？此外，公共管理者如何系統性地進行文化創意產業發展政策規劃才能為地區奠定起最有利的發展利基？又其是否能在創造文化發展的公共價值而非私有價格的考量基礎上，透過由下而上的地區文化行銷」(marketing)而非由上而下的地區活動「促銷」(promoting)，導引多元群眾對文化創意產業發展事務的積極參與，聚集有限的文化發展資源，進而塑造地區發展的獨特競爭優勢？由於上述問題的產生，乃涉及公共管理、行政管理、公共行政、公共政策、政治、都市計畫、地政以及文化發展等學科領域。是以，若欲對其進行適切回應，即須跨越單一領域學科侷限，進行多元學理的整合探索。此外，相關議題的討論不僅見諸於學術研究領域，亦與政策實務的開展具密切關聯性。因此，其亦已成為文化部門管理者與文化事務工作者日漸關注的焦點之一。

基於學者研究與本書探究，在地區發展的行動中，吸引觀光遊客、發展休閒事業、籌辦會議產業、吸引商務投資進駐、創造就業機會，以及吸收高素質人才落戶定居是六種最主要的行銷規劃策略，這六種發展策略的籌畫重點在於藉由地區特殊性的考慮，引領出地區對外界的吸收

力，促成地區特色品牌的經營。就此方面，文化與產業結合的發展，即可視為具深層意涵的地區行銷行動。進言之，以地區特有文化為基礎，透過文化人力資源的創意理念與創新手法，導引文化產品與文化服務的生成、塑造本身特有的地區品牌，以促成地區行銷所追求的吸引顧客進入地區從事觀光、休閒、會議、投資、就業與定居，從而創造出地方有形與無形的文化發展附加價值。由此，這種融合文化、創意與產業規劃特性的地區發展行動，乃可謂為「地區文化行銷」。

中華傳統文化源遠流長，臺灣在地文化蘊味精深。然在全球化的浪潮下，如何經由文化事務管理單位的施政運作，以促成傳統文化與全球脈動接軌，並提升在地文化的附加價值？甚而，應如何透過公民參與，將古老的文化傳承精髓與當前多元社會需求加以融合，進以呈現出固有文化的新時代風貌，並進行地區文化行銷？相關議題的發展頗令研究者關切。基於文化創意產業的發展不僅是一種重視短期行銷策略手法的地區文化發展行動規劃，更是一種藉由文化投資與建設促成公共價值創造的規範性地區行銷理念實踐。是故，在文化創意產業發展過程中，一方面應重視尋求切合文化發展環境的資源支持、衡量進行地方文化行銷時地區本身資源的可及性，進而促成地區發展的自我改造。另一方面，地區文化發展行動，不應僅重視當地文化產業發展目標的達成，亦須關切由此行動所帶動在地文化資產的價值轉型，以及高素質文化人力資源的引進。就此言之，文化事務管理者若能在追求文化經濟活絡與文化活動興辦之時，也強調導引出公民參與文化公共事務討論的熱情，並進行積極適切回應。如此作為，即可被視為一種切合文化公民權理念的文化公共價值創造行動展現。

基於近年來政府政策規劃的導引，臺灣的文化創意產業發展方向漸趨明確；而在此過程中，民間文化公民意識的高漲與文化參與行動的澎湃，更成為推動文化事務發展與產業政策前進的主要力量。觀之國內外研究，在文化產業的推展過程中，除了文化與經濟的因素外，文化人力

素質的提升、高技術水準的文化人才引進，以及公民對文化發展事務的討論，率皆與文化創意產業發展的成果良窳，息息相關，密不可分。在實務發展上，基於政府組織改造案的推動，文化部已於 2012 年 5 月 20 日掛牌成立。首任部長龍應台在上任前初次於立法院中接受備詢時亦提出，其將致力於公民文化權的落實，並將強化創造美學環境、建立文化價值與提升創意產業競爭力等施政理念。綜上，文化創意產業政策的推展不僅只為單純的文化行政事務籌辦或文化產業政策規劃，更涉及多元面向因素的配合，其應立足於宏觀深層的文化公共價值理念基礎進行分析，才不致落入政策規劃的「型三錯誤」(type III errors, Dunn, 2008) 盲點滯礙。因此，本書即以文化公共價值理念為基，針對文化創意產業發展與文化公民參與的整合性暨系統性解構探究，俾期兼顧學理研究之必要性與實務發展之參考性，並提供讀者跨領域的研究觀點。

本書的論點闡釋與體例架構，乃基於上述文化公共價值創造理念而推衍開展。至研究思維的生成，則首創於個人於臺灣公共行政與公共事務系所聯合會 (Taiwan Association for Schools of Public Administration and Affairs, TASPAA) 之參與規劃期間，諸多前輩師長的建議提點，也欣喜這些研究構思可以獲得行政院國家科學委員會的肯定而給予專題計劃研究補助。此外，於北京大學政府管理學院、首都發展研究院與地方政府與地方治理研究中心以及臺南大學從事教學、研究及服務期間所得到的觀點觸發，也提供個人不同面向的研究發想。更重要且比一般人幸運者還在於，個人有緣蒙受哈佛大學甘迺迪政府學院 (John F. Kennedy School of Government at Harvard University)、民主治理與創新中心 (Ash Center for Democratic Governance and Innovation)、非營利組織研究中心 (Hauser Center for Nonprofit Organizations) 以及公共領導研究中心 (Center for Public Leadership) 之 Anthony Saich, Julian P. Chang, Mark H. Moore, Arnold M. Howitt, Anthony Williams 以及 Dean Williams 等教授的構念啟發與論述指導。而前任美國商務部商業發展署副署長暨現任

International Leadership Foundation 執行長 Chiling Tong 女士、臺灣國際文化創意產業發展協會理事長暨北京大學臺灣校友會理事長郭國聖先生對個人於哈佛大學研究期間的關懷情誼、巨流圖書博文與麗娟的出版籌劃，以及哈佛大學燕京圖書館的文檔庫存收藏與行政院國家科學委員會的研究計劃補助，更令自己銘感五內。相關情誼，個人謹於此深忱致謝。

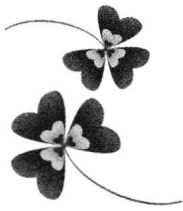
本書的完成，得益於他人提掖者實多，個人所能表達者則相對有限。研究的成果可以透過文字展現，然研究過程中的寂寥與艱困，卻唯有我親愛的家人與友伴才能體會。在邁向更嚴謹的學術挑戰中，父親馬武雄先生與母親楊雪韶女士的點滴寒暖關懷，翠鴻姐與義程兄的悉心殷切支持，乃至曉平與同儕們的研究趨策惕勵，皆鼓舞自己在崎嶇的學術旅程上走來不再茫然，導引自我在廣漠的海洋彼岸旁巡游而未迷航，更協助個人在寂寥的巒宮高塔中構築出一方景緻迥異的殿堂。若個人的學術生涯中稍有一點成果，皆應歸諸於這些無私的奉獻與無怨的付出。聊藉此將自己最深切的感懷摯意獻表於尺牘之末，期以回饋他們的瀚海恩情於方寸之間。

流連於查爾斯河岸，駐足於哈佛學術聖殿。在潏潏碧波流逝之際、思維哲理激盪之間，吾人終於領會，只要以「真理」(VERITAS) 為師，我們所追尋的理想即不再遙遠，我們所尊崇的典範也將明確展現。謹此為序。

馬群傑

2012年10月

謹誌於 美國麻州劍橋



目次

| | |
|------------------------------|-----|
| 董序..... | i |
| 郭序..... | iii |
| 自序..... | vi |
| 導論：文化創意產業與文化公民參與的時代趨勢..... | 1 |
| 第一節 文化創意產業的發展背景：全球化與在地化..... | 1 |
| 第二節 本書探究動機..... | 5 |
| 第三節 本書研究目的..... | 9 |
| 第四節 本書探究焦點與範圍..... | 10 |
| 第五節 本書論述之文化公共價值創造核心觀點..... | 12 |
| 第六節 本書章節編排與運用說明..... | 15 |

第一部分 理論基礎

| | |
|-------------------------------|----|
| 第 1 章 全球化挑戰下的地區行銷..... | 21 |
| 第一節 企業性地區發展的競爭情勢..... | 21 |
| 第二節 計畫管制 vs. 市場競爭以促進地區發展..... | 22 |
| 第三節 地區行銷的發展理念..... | 25 |
| 第四節 結合公共管理觀點之地區行銷行動..... | 30 |
| 第 2 章 知識經濟時代的文化創意產業發展..... | 35 |
| 第一節 知識經濟趨勢下的體驗經濟與轉型經濟..... | 35 |

| | | |
|-----|----------------|----|
| 第二節 | 文化產業定義與範疇..... | 40 |
|-----|----------------|----|

| | | |
|-----|----------------|----|
| 第三節 | 文化產業的發展構面..... | 44 |
|-----|----------------|----|

第 3 章 文化公民參與的公共價值創造..... 51

| | | |
|-----|--------------|----|
| 第一節 | 公民參與的內涵..... | 51 |
|-----|--------------|----|

| | | |
|-----|--------------|----|
| 第二節 | 公民參與的方式..... | 57 |
|-----|--------------|----|

| | | |
|-----|--------------------|----|
| 第三節 | 公民參與的公共價值創造行動..... | 66 |
|-----|--------------------|----|

| | | |
|-----|--------------------|----|
| 第四節 | 文化創意產業政策的公眾參與..... | 68 |
|-----|--------------------|----|

第二部分 規範面的政策規劃

第 4 章 我國文化創意產業政策規劃..... 77

| | | |
|-----|------------------------|----|
| 第一節 | 挑戰2008：國家發展重點計畫概述..... | 77 |
|-----|------------------------|----|

| | | |
|-----|-----------------|----|
| 第二節 | 文化創意產業發展計畫..... | 82 |
|-----|-----------------|----|

| | | |
|-----|-----------------------|----|
| 第三節 | 文化創意產業發展計畫後續推動措施..... | 88 |
|-----|-----------------------|----|

第三部分 能量面的總體分析

第 5 章 臺灣地區文化創意產業總體分析..... 103

| | | |
|-----|-------------------|-----|
| 第一節 | 臺灣地區文化產業發展概況..... | 103 |
|-----|-------------------|-----|

| | | |
|-----|-------------------|-----|
| 第二節 | 臺灣地區文化經濟境況分析..... | 113 |
|-----|-------------------|-----|

| | | |
|-----|---------------------|-----|
| 第三節 | 臺灣地區文化人力資源境況分析..... | 116 |
|-----|---------------------|-----|

| | | |
|-----|-------------------|-----|
| 第四節 | 臺灣地區文化活動境況分析..... | 119 |
|-----|-------------------|-----|

| | | |
|-----|---------------------|-----|
| 第五節 | 臺灣地區文化公民參與境況分析..... | 122 |
|-----|---------------------|-----|

第 6 章 臺灣主要城市文化創意產業發展結構探討..... 129

| | | |
|-----|-----------------------|-----|
| 第一節 | 臺灣主要城市文化創意產業發展概況..... | 130 |
|-----|-----------------------|-----|

| | | |
|-----|-------------------------|-----|
| 第二節 | 臺灣主要城市文化創意產業區位商數分析..... | 149 |
|-----|-------------------------|-----|

| | |
|------------------------------|-----|
| 第三節 臺灣主要城市文化創意產業與社群團體參與..... | 154 |
|------------------------------|-----|

第四部分 價值面的個案研討

| | |
|------------------------------------|-----|
| 第 7 章 文化創意產業的公眾意見論述：政策論證方法的應用..... | 163 |
| 第一節 公共政策的理性論證..... | 165 |
| 第二節 文化產業發展與政策論證..... | 169 |
| 第三節 臺南市整體文化產業發展概況..... | 170 |
| 第四節 文化創意產業的政策論證研究設計..... | 173 |
| 第五節 多元群體參與的公民論證分析..... | 177 |
| 第六節 文化創意產業的公眾意見論述引思..... | 197 |
| 第 8 章 文化創意產業的認知：決策判斷理論的分析.... | 203 |
| 第一節 民主社會中的地方發展認知..... | 206 |
| 第二節 認知續線理論的決策判斷途徑..... | 207 |
| 第三節 文化創意產業的認知研究設計..... | 210 |
| 第四節 理性與感性的認知觀點分析..... | 216 |
| 第五節 文化創意產業的認知成果討論..... | 222 |
| 第 9 章 文化創意的生成：集體決策技術的實證..... | 225 |
| 第一節 公共事務的集體決策..... | 228 |
| 第二節 創意生成的個案教學與腦力激盪..... | 229 |
| 第三節 文化創意產業的個案研究設計..... | 235 |
| 第四節 文化創意產業的集體決策成果展現..... | 239 |
| 第五節 文化創意生成的集體決策研討分析..... | 243 |
| 第六節 文化創意產業的的集體決策成果討論..... | 257 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 綜論：文化創意產業與文化公民參與之議題與趨向..... | 261 |
| 第一節 規範面的政策規劃議題討論..... | 262 |
| 第二節 能量面的總體分析議題討論..... | 267 |
| 第三節 價值面的個案研究議題討論..... | 276 |
| 省思與芻議：當前挑戰與未來趨向..... | 285 |
| 參考文獻..... | 295 |

【表目次】

| | | |
|--------|----------------------------------|-----|
| 表 1-1 | 傳統地區發展供給面政策和新的需求面企業化發展政策之對比..... | 24 |
| 表 2-1 | 地方經濟發展新舊概念比較..... | 36 |
| 表 2-2 | 不同經濟階段區分..... | 38 |
| 表 3-1 | 公民參與相關定義..... | 52 |
| 表 3-2 | 公民參與的新舊意涵比較..... | 54 |
| 表 3-3 | 公民政策參與之屬性..... | 56 |
| 表 3-4 | 公民參與的方式..... | 59 |
| 表 3-5 | 原始公民參與階梯..... | 60 |
| 表 3-6 | 修正後之公民參與階梯..... | 62 |
| 表 3-7 | 擴展後的公民參與階梯..... | 63 |
| 表 4-1 | 挑戰 2008：臺灣十大重點投資計畫..... | 78 |
| 表 4-2 | 臺灣文化創意產業之範疇及主辦機關..... | 84 |
| 表 4-3 | 環境整備計畫執行成果..... | 93 |
| 表 4-4 | 旗艦產業計畫執行成果..... | 94 |
| 表 5-1 | 2002 與 2010 年文化創意產業經營年數結構..... | 105 |
| 表 5-2 | 臺灣文化創意產業家數空間分佈..... | 107 |
| 表 5-3 | 臺灣文化創意產業營收總額空間分佈..... | 111 |
| 表 5-4 | 臺灣文化創意產業內外銷收入空間分佈..... | 112 |
| 表 5-5 | 臺灣文化創意產業營業額..... | 115 |
| 表 5-6 | 臺灣文化創意產業就業人數..... | 118 |
| 表 5-7 | 藝文展演活動分類統計..... | 121 |
| 表 5-8 | 各縣市藝文活動個數概況比較..... | 123 |
| 表 5-9 | 各縣市藝文活動出席人次概況比較..... | 126 |
| 表 5-10 | 各縣市藝文活動公眾參與平均人次..... | 127 |