

文化產業，從創意開始

Cultural Creative Industry

林炎旦

Yan-Dan LIN

國立台北教育大學藝文產業設計與經營研究所教授兼所長

隨著全球經濟發展、生活水準的提升，人們對於文化產品的消費需求越來越大，也因此刺激了文化創意產業的日漸壯大。來自遊戲軟體、電影、電視、音樂、出版、藝術等各種文化與知識的進出口，已經逐漸在全球貿易體系中扮演舉足輕重的角色。根據聯合國世界文化報告，針對各國1980年及1997年文化貿易額所做的比較，包括荷蘭、香港、新加坡、南韓…都呈現大幅成長，自1980年起的十年內，全球文化產品的交易值更是從950億美元，迅速成長至3900億美元。文化創意產業的特質在於其多樣性、小型化與分散式，包括文化藝術核心產業、設計產業、創意支援與週邊創意產業等。其就業人口和產值一直保持成長，對於環境和生活品質的提昇均有助益，是所有進步國家極力推動的部門，例如北歐諸國、英國和日本等¹。我們可以說，從文化產業的經濟產值來展現國家競爭力，已是勢不可擋的國際趨勢。

以鄰近國韓國為例，韓國政府體認到文化創意產業的高附加價值後，以扶植科技產業的手法來栽培文化創意產業，撥下大量預算有計畫的積極推動。1998年韓國文化觀光部的經費約4億美元，佔國家總預算的0.62%，到了2003年則達到1.15%，超過10億美元（約320億新台幣）²，充分展現在文化創意產業上的雄心壯志，而其成效果然也相當顯著的表現在近年來全球狂吹的哈韓風上，這大概是近幾年來亞洲地區最為顯著、台灣人民感受也最深刻的例子。

在這波熱潮下，我國政府也不遑多讓，2002年正式將文化創意產業列入「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」的項目中。這是我國首次將抽象的「文化軟體」視為國家建設的重大工程，希望能結合人文與經濟產業創造高附加價值的效益，進而增加就業人口、以提昇國民的生活品質³，台灣的文化創意產業發展已蓄勢待發，作好準備迎接全球性的新競爭型態與趨勢。

依據我國行政院文化創意產業推動小組之定義，文化創意產業為「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」。此塊產業自最前端的創意創造，到中程的設計加工，乃至最末端的產品行銷都可囊括在內，所產生之附加價值及就業機會相當可觀。

然而，有鑒於這種以「創意」與「文化」為主要產業價值的「產業」型態，對於許多人來說，還是相當難以理解而陌生。因此，本專題特別邀請到文建會主委陳郁秀、前文建會處長洪孟啓、中華民國社區營造學會理事長陳錦煌、國立雲林科技大學文化資產維護系教授兼系主任林崇熙、國立台北教育大學藝文產業設計與經營研究所研究生廖韻奇等文化創意產業領域相關的專家學者，根據不同的議題與角度，以深入淺出的方式，帶領讀者一探文化創意產業的多樣面貌。

■ 注釋

- 1 文化創意產業專屬網站。
- 2 創新：有機人才創造體系，讓學球韓迷都哈韓（2004，12月15日）。天下雜誌，第313期，頁204。
- 3 文化創意產業專屬網站之文化創意專欄：深耕文化台灣，擘劃創意未來。