臺灣製造

文化創意向前走

策劃　吳錫德

出版　文建會・允晨文化

《主委序》台灣製造：文化創意向前走

全球化帶來資訊、科技、資本、人才與文化創意的跨國流動，影響所及，國界消失，空間距離不再具有實質意義，任何偏遠的小地方只要能夠突顯地域特色，都有可能躍上國際舞台。因此，面對全球化的競爭，最重要的是如何確立文化的主體價值，同時突顯在地文化的獨特性與專業性。文化創意產業具有普遍性、多樣性、小型性、分散性等特色，同時著重結合在地文化及全球性市場的深層思考，不僅是發展台灣新經濟的優質選項，更能作為積累及創新文化內涵的媒介，重新形塑及提昇民眾的生活品質及生命厚度。

為提升我國全球競爭力，政府於92年特別將「文化創意產業發展計畫」納入「挑戰2008：國家發展重點計畫」，並由文建會、經濟部、教育部及新聞局共同推動。在分工上，文建會主管「文化展演設施產業」、「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」及「傳統工藝技

術產業」等四項範疇，並以產業鏈之概念，著力於人才培育、環境整備、文化創意產業扶植等三面向，主要推動的工作為規劃設置五大創意文化園區、推動「創意藝術產業計畫」、文化創意產業人才延攬與培養、推動數位藝術創作、整合發展活動產業等。

文建會多年來一直致力於經營有美感、內涵及深度的環境，使文化創意產業有生根發芽及成長茁壯的沃土，未來本會仍將以人才培育及產業扶植為主，致力於明定政策方向及執行策略，促進相關市場機制的建立，並著力於完備文化創意產業發展的環境，同時藉由計畫的推展，提供多樣的選項及可能性，尤其是針對青年藝術家及藝文系所畢業生，規劃相關的育成機制，包括提供排練空間及單一窗口的諮詢服務等等，讓新生代能獲得更多藝文資源的挹助，得以繼續其創作。

文化創意產業的提振，對內可提昇經濟成長，並以文創產品來激發民眾對美好生活型態的想像與實踐；對外則能增加貿易順差，促成更多的文化交流。「文化台灣．世界發光」是我們對未來的期許及目標，希望透過文化深耕、文化環境及文化交流等面向，建構台灣成為具有美學深度的文化公民社會，讓台灣文化躍上世界舞台。

行政院文化建設委員會 主任委員

翁金珠

《前言》

在全球化的過程中，各地域及族群的界線日益模糊，面貌漸趨近同。在地文化特色及藝術創作，是保有自我面貌的重要關鍵之一。而普遍具有多樣性、小型性、分散性特色的文化創意產業，特別著重結合在地文化及全球性市場的深層思考，遂成為各國兼顧經濟與文化發展的重要政策。

為提升我國全球競爭力，政府將「文化創意產業發展計畫」納入「挑戰2008：國家發展重點計畫」積極推動，並將文化創意產業分為創意生活、數位休閒娛樂、時尚、設計、廣告、建築、出版、廣播電視、電影、視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、文化展演設施等13個產業範疇。前項計畫執行期程自92至96年，主要由四個部會共同推動其延伸之28項子計畫。經濟部為統籌單位並負責設計產業，教育部負責跨領域的人才培訓，新聞局負責媒體產業，本會則負責藝術產業扶植，並共同組成跨部會「文化創意產業推動小組」，於經濟部成立「文化創意產業推動小組辦公室」推動辦理。

本會主管之四個產業範疇分別為「文化展演設施產業」、「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」及「工藝產業」，並規劃執行6項子計畫：「文化創意產業人才延攬、進修及交流」、「規劃設置創意文化園區」、「數位藝術創作」、「傳統工藝技術」、「創意藝術產業」及「整合發展活動產業」。

在前述第一期文化創意產業計畫中，本會著重的是文化創意源頭之耕耘，並為藝文產業發展奠定基礎，進行「培基固本」的文化藝術觀念強化工作，多管齊下的活絡文化創意產業，推動藝術美學的扎根與觀念推廣，以協助各領域增加創作中的「藝術元素」，期透過美學化與民眾審美觀念之提升，豐富台灣文化創意產業的文化藝術內涵。

近來本會積極規劃引進民間力量，以OT、ROT及BOT方式活化創意文化園區，使之成為文化創意產業交流平台，另亦持續推動創意人才培育、生活工藝運動、數位藝術、活動產

業、生活美學運動等。持平而論，文化與藝術作為文創產業的核心價值，其內容、特色及流通平台尚有待強化，許多民眾、公部門從業人員及政治人物對文化創意產業的核心價值與觀念多不甚清楚，甚或有所誤解，顯見此部分亦有待加強及推廣。

本專輯的出版除了是作為一份成果報告，梳理藝術文化產業推動至今的發展脈絡，更希望能藉此擴大民眾對藝文產業的認識，激發政策與民間的對話。本專輯內容包含了三個區塊，【政策篇：製造「文化創意」】將本會推動的各項子計畫作了簡明清晰的介紹，記錄我們一路走來的足跡，以及所希望達成的目標。【實務篇：秀出「個案研究」】則是我們從前述各項子計畫的執行內容中，挑選出具有代表性的案例作呈現，讀者可將其與專家觀點及政策篇作進一步的觀照。【觀點篇：談論「文化創意」】可視為一種觀念陳述，學者專家分享其由不同層面對文化創意產業的觀察與分析。

關於文化創意產業未來的推動方向，本會已研擬第二期計畫（97-100年），聚焦於藝文產業的發展及輔導；以政策引導地方政府加強文化創意產業之推動；建立創意銀行資料庫；提供藝企媒合平台；另積極建構文創產業在園區中的文化群聚與異業結合，作為推動創意產業的平台，使文化創意產業能獲得更大的發展空間。第二期計畫並將引進民間參與力量及資源，希望能創造具競爭力的美感創新產業，建立文化創意的高附加價值產業園區，並打造台灣成為創意人才國度。

台灣的社會文化充滿著複數傳統及多元文化的交會，這些都是發展文化創意產業的豐厚元素。我們期待，在推動文化創意產業的同時，也能帶動其他產業的創意化趨勢，讓各產業善用既有的文化藝術條件，鼓勵產出更多的創意與設計，進而帶動社會文化的整體活力，標示出台灣人文與經濟的全球定位。

行政院文化建設委員會

主委序 2

前言 4

政策篇：製造「文化創意」

1. 規劃「創意文化園區」 10

2. 文化創意產業人才培育計畫 16

3. 數位藝術創作 22

4. 創意藝術產業 29

5. 傳統工藝技術 37

6. 開發「活動產業」 44

7. 協助「文化創意人」創業計畫 50

8. 租稅優惠條款納入文創法立法 53

實務篇：

秀出「個案研究」

1. 搭建藝企平台 ──華山創意文化園區 56

2. 開闢新式文化空間 ──台中創意文化園區 70

3. 跨界實例 ──陳瑤的電腦動畫世界 76

4. 堅持東方美學 ──亞洲藝術中心的經營哲學 85

5. 「BABY LOVE」行動無線裝置藝術 ──鄭淑麗的異想世界 92

6. 媒合科技與藝術 ──「數位藝術知識與創作流通平台」及「微型樂園」 98

7. 創意Carnival ──台北國際藝術博覽會 103

8. 「衣」起看台灣 ──台灣衣Party 110

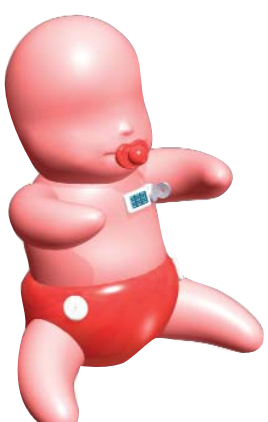
9. 社區工藝發光發亮 ──屏東萬丹稻草娃娃 120

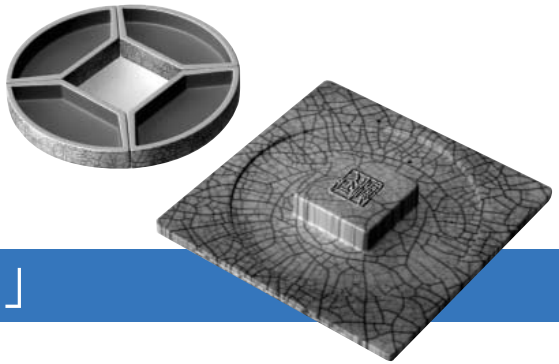
10. 精緻陶瓷計畫 ──國宴餐具「天圓地方」篇 126

11. 戰地再利用 ──金門縣碉堡及坑道藝術節 130

12. 打響台灣 ──台北國際打擊樂節 139

13. 創意大解碼 ──二〇〇六台灣文化創意加值概念展 147





觀點篇：

談論「文化創意」

1. 形塑孕育文化創意產業的生態系統／吳思華 156

2. 創意產業的三個理由與二個策略／詹宏志 162

3. 美感創新課題／劉維公 167

4. 回到未來：從在地人文出發的樂活經濟／孫華翔 172

5.「文化創意」讓我們看見未來／吳錫德 177

附錄：

1. 文化創意產業發展計畫第一期推動組織架構圖 184

2. 文化創意產業發展計畫第一期架構圖 185

3. 文建會文化創意產業發展第二期計畫（草案）架構圖 186

搭建藝企平台

——華山創意文化園區

⊙文建會創意文化園區專案中心華山園區工作小組

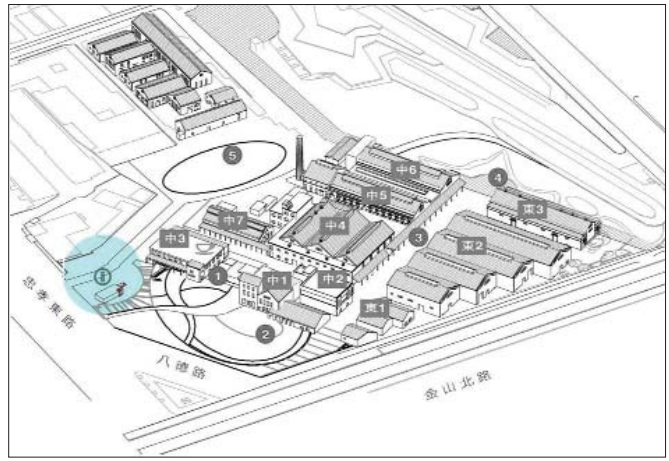
華山創意文化園區經過多年的討論與思考，以及歷來投資經費環境整備完成的成果之下，「華山」的個性與定位呼之欲出。「華山創意文化園區」將做為台灣文創產業發展形成的基地，扮演媒合跨界藝術、產業互動的場所，建構異業、異質交流結盟的平台，並發展成文化創意產業人才的育成中心。以其塑造大眾新生活風格與生活美學，擴大台灣文化產業發展的基礎，落實文化創意產業成為台灣廿一世紀的主流經濟。

發現華山：藝術家率先發聲

一九九七年，由一群藝術家發現這塊台北華山具有產業遺產特色的閒置空間，適合做為藝術發展基地，便透過遊行、展演、連署等方式爭取該區成為藝文特區。一九九八年，省文化處與台灣省菸酒公賣局簽約，將酒廠部分土地及建物委託省文化處代管，一九九九年，省文化處委託「中華民國藝術文化環境改造協會」負責華山藝文特區營運管理業務。精省後，二〇〇一年八月，由文建會與國有財產局共同合作經營華山藝文特區，其後曾委託「中華民國藝術文化環境改造協會」接續負責特區之管理營運及空間修繕，逐使該區逐漸形成「具實驗性、當代性與跨領域創作」之藝文特區。

至二〇〇二年政府正式將「文化創意產業」列為「挑戰二〇〇八：國家重點發展計畫」之

華山藝文特區展出許多實驗性藝術作品。



（左）2003年華山藝文特區轉型成華山創意文化園區
(張瑞峰攝)
（右）華山創意文化園區空間平面配置圖

一，可突顯出「文化軟體」建設的重要性。基於「文化創意專用區」可發揮集聚、擴散、示範與文化設施服務等多項功能，文建會提出「規劃設置創意文化園區」計畫，遂以台北酒廠舊址、台中酒廠舊址、嘉義酒廠舊址、花蓮酒廠舊址與台南倉庫群做為基地。其中，台北酒廠舊址所在的華山創意文化園區一方面因其空間特色顯著、產權明確，修繕工程陸續進展，且區位交通條件優異，在此條件下，文建會便著手推動其做為創意文化園區的第一案。

二〇〇三年起為使園區成為更符合展演使用的藝文場所，並著眼於舊有舊有建築空間的最大利用，陸續辦理景觀改造、建築修繕等各項工程，已完工之工程包括二〇〇三年的「車庫工坊建築再利用整修與景觀工程」、「四連棟暨果酒大樓漏水修繕工程」、「園區景觀美化工程、北側空地(地鐵隧道地區)簡易綠化工程」及二〇〇四年的「包裝室、再製酒作業場建築再利用整修與景觀工程設計案」、「古蹟調查設計監造」、「歷史建築調查設計監造」、「華山園區（含中央藝文公園）簡易綠化工程計畫案」、「古蹟（高塔區、烏梅酒廠、煙囪）修復工程」，二〇〇五至二〇〇六年間進行「四連棟、包裝室、再製酒作業、維修工場地坪及門窗修繕」、「米酒作業場樓板結構、屋頂平台等修漏、弱電、門窗修復」、「行政大樓修繕統包工

為提供完善的藝文展演空間，華山園區的建築陸續進行修繕工程

程」、「第一期基礎設施工程」等工程。另外，目前尚在執行中之工程則包括：「紅樓區建築修復再利用與景觀工程」、「紅樓區機電設備裝修工程」、「第二期基礎設施工程」、（「華山文化園區夜間照明及無障礙設施工程設計監造案」）、「華山小劇場及兒童劇場設計暨設備工程案」、「華山電影藝術館統包工程」等，預計皆將於二〇〇七年完工或完成發包。

就園區整體的發展層面，文建會於二〇〇四年完成「華山創意文化園區整體規劃設計案」，並於二〇〇六年針對未來營運委託專業團體進行可行性評估，分別以「民間參與投資興建及營運華山文化園區數位媒體、影音或出版大樓之可行性評估與先期規劃」、「華山文化園區電影藝術館委託經營管理－可行性評估與先期規劃」、「華山文化園區引入文化創意產業整體規劃案－可行性評估與先期規劃」三項研究評估完成園區整體之營運先期規劃。

該園區於二〇〇三年底曾委託「橘園國際藝術策展股份有限公司」經營並維護管理，提供市民體驗多元文化藝術及文化創意產業交流資訊等服務工作。期間有多項大型活動，如：「二〇〇四台北藝術博覽會」、「華山論劍－第三屆藝術家博覽會」、「CO4台灣前衛文件展」等。

其後園區因進行各項修繕與空間改造及營

2005年華山創意文化園區封園一年進行整修大計，重新開啟封閉多時的米酒作業場、包裝室、再製酒作業場等空間，開創華山新風貌（劉振祥攝）

運計畫，封園將近一年，於二〇〇五年底重新開園，文建會亦辦理「重逢華山」、「二〇〇五台灣生活工藝運動大展」等活動，將華山園區打開，讓更多市民得以親近使用。二〇〇六年期間曾舉辦「ART Taipei 二〇〇六台北國際藝術博覽會」、「華山Young畢博Ⅰ＆Ⅱ」、「台茶博覽會」、「台灣畫・話台灣：二〇〇六台灣藝術家博覽會」，另有教育部主辦的「二〇〇六博物館博覽會」，以及民間自行申請辦理的「簡單生活節」、「二〇〇六台北秋玩藝術嘉年華」等等，二〇〇六年度總計舉辦了一六八場活動，估計共吸引二十五萬人來到華山園區。

閒置空間再利用：轉型與落實

近幾年文建會積極推動台灣文化創意產業的發展，亦引介英國推動文化創意產業的經

整修中的米酒作業場（劉振祥攝）

驗，目的在觸發台灣已有與文化相關的產業，使其得以因為高度的創意加入，將文化產業提升為具有美學性格的產品而能廣泛流通，在促進經濟發展的同時，也能提高觀光效益，藉以增進國人對於生活美學的品味與學習。台北酒廠的建築空間，一直是各類展示展演活動最具指標性的呈現場所，也因其本身所具備的空間區位發展條件，以及藝文人士對其高度的認同與當前客觀經濟環境發展走勢，提供了文化創意產業發展的契機。

文化創意產業政策如何具體落實與推動，是近年最被關注的議題之一，隨其內涵的逐步明朗，客觀環境條件中消費人口對於創意產品需求市場熱絡，具有市場利基消費者導向的藝文活動蓬勃，加上國內從事文創產業者對於操作的知識經驗的累積，已能將文化與消費、前衛與通俗等文化活動屬性有著創造性的結合與推展。這些因素更使得華山創意文化園區具備「文化創意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造」的特性更為突顯。

近半年內，文建會陸續委託專業者就華山創意文化園區之發展架構進行研究評估與先期規劃，除了研擬華山未來營運方式，也依〈促參法〉引進民間參與，目的在塑造「華山創意文化園區」成為一處兼具藝文展演、創意產業交流平台、消費性設施之場域，逐步建構文化創意產業展示基地，並做為民間各藝文團體以及文建會辦理各類型展演活動的使用場所，擴大華山園區的使用機能與場所特色，並延續其已有的實驗性、原創性、當代性的跨界元素，

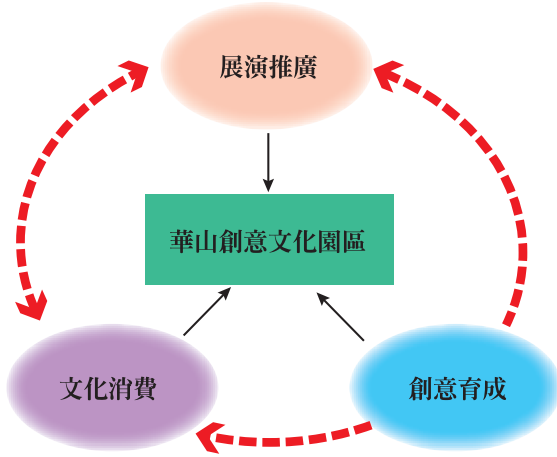
而將華山創意文化園區形塑為具有不同於正式展演廳的多元風格與開放性。

一、華山創意文化園區定位

「華山創意文化園區」的規劃係善用已有的建築物特性，並整合歷年來已投注於該園區內的各項修建成果。華山園區將做為推動創意文化產業的整合行銷與交流平台，也將基於推動文化藝術活動、提升美育、促進交流的使命，透過本園區空間進行生活美學藝術之推廣、人才培育。

整體園區將涵蓋創意育成、展演推廣、文化消費等面向，輔以行政服務機能，其運作構想如右圖所示。

為使其成為台灣文創產業發展形成的基地，扮演媒合跨界藝術、產業互動的場所，建構異業、異質交流結盟的平台，並發展成文化創意產業人才的育成中心。華山園區現有空間將配置有電影藝術館、劇場空間、兒童劇場、及文創產業空間等，涵蓋工藝、電影、戲劇，包含創作到展



華山創意文化園區機能運作示意圖

演展示、教學、娛樂、生產、行銷，華山創意文化園區將作為我國首座文化藝術之創意基地，及進軍國際文化創意產業之最佳跳板及平台，更希望藉由華山創意文化園區的運作及促引，提升台灣文化的創意水平及生活美學，進而增進台灣文化創意的質地與產值，讓華山園區成為足資代表台灣新文化的品牌。而本園區之主要發展意象的重點說明如下：

1. 延續華山園區原有的能量和運用，發揮空間的獨特性

發揮原有華山園區已形成的以音樂、表演藝術與視覺藝術等具有原生及前衛性格之能量，以作為文化創意產業之市場通路

2005年12月「重逢華山」開園活動之「童Young華山，大Fun藝采，藝遊華山」，台上台下High翻天。（劉振祥攝）

（文化消費空間）。

2. 開創年輕、創意和消費的可能性

台灣具有充足創意人才和環境，華山將可以作為培養年輕氛圍的空間，而其他年齡層來這裡也是來享受年輕人的事物，並以創意者的思維及消費者的思考為導向，並著重年輕創意者的潛力開發與機會扶持，開發年輕潛在市場的創意消費主力，建構台灣文化創意產業的推廣通路，以作為「文化創意與產業經濟」、「生活藝術與商業消費」之媒介。

3. 建構台灣優勢的生活型態

台灣生活中細膩的文化養成成分是我們所具有的優勢，亦是台灣文化未來發展的重要依據，不單只是文化創意產業的發展，也是我們生活型態的一種自信，更是做為

台灣對於全球的一個象徵。

4. 新文化產業概念的形成

華山園區將以生活型態來吸引消費者，藉由消費者對於國內文化產品的認同，建立市場流通性，同時可引入國外品牌或與各國其他城市結盟，以建構國內與國際之間創意產業交流網絡，形成與國際創意產業界接軌的窗口。

二、打造創意文化旗艦園區

1.文建會計畫以促進民間參與方式分三階段、三區塊方式開發華山創意文化園區。包括：

(1) 「電影實驗場」：提供電影藝術推廣及電影藝術人才培育之基地，採「營運、移轉」（OT）方式進行。

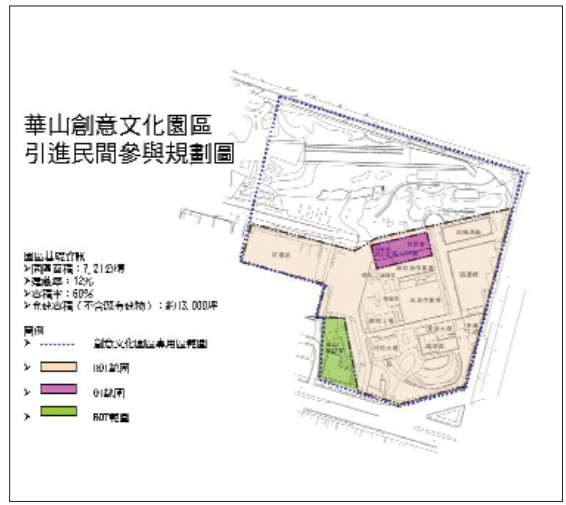
(2) 「文化創意產業引入空間」：做為結合創意產業消費的未來型體驗經濟的示範園區，此區塊將採「整建、營運、移轉」（ROT）方式對外營運。

(3) 園區左側辦公樓（刑事警察局借用）：將採「興建、營運、移轉」（BOT）方式，設置「台灣文化創意產業旗艦中心」。

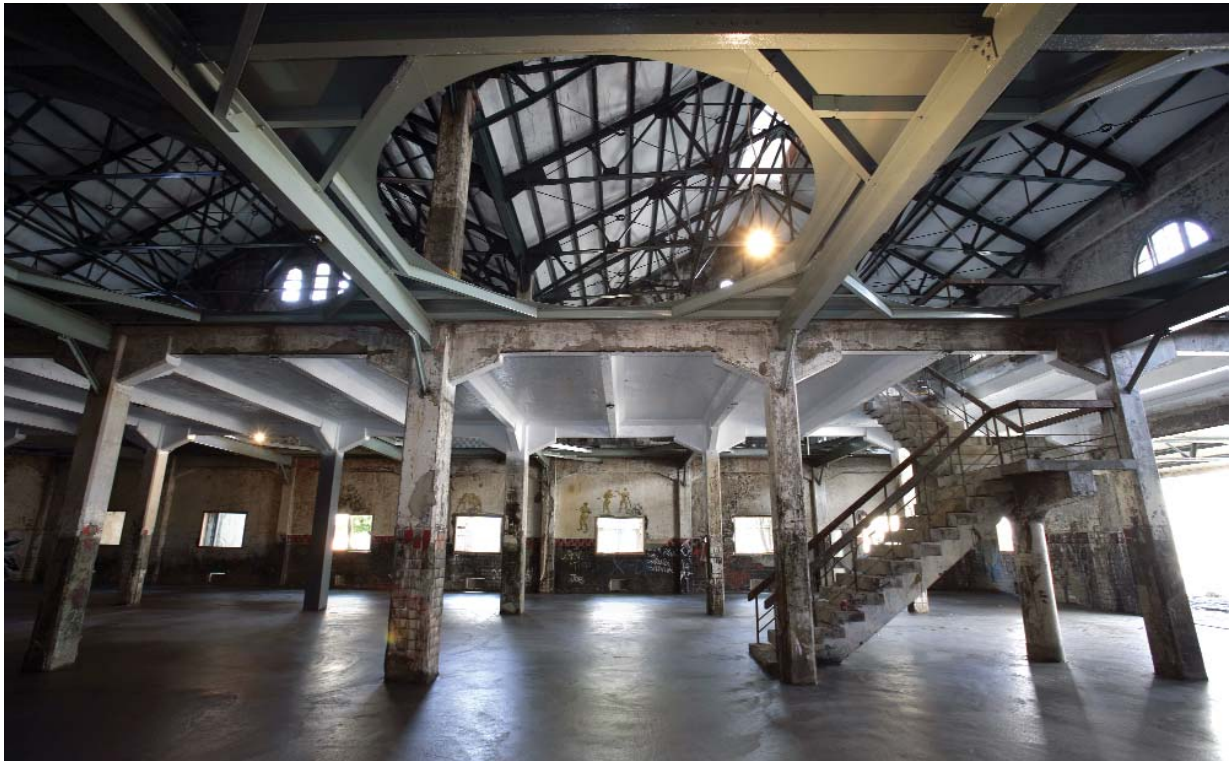
2.各促參案件之規劃與內涵概要說明：

區塊1：電影實驗場OT（Operation and Trasfer）案

電影實驗場之設置，所使用之空間是位於鄰近中央藝文公園的最北側建物為包裝室及包



區塊一：電影實驗場



整修完畢的米酒作業廠，曾經是華山祭特洛伊演出歷史現場。

裝股辦公室等，將由文建會提供完成之電影放映空間及內裝設備設置，交由營運團隊經營，文建會將不提供補助經費，而由民間單位進行營運投資，營運期屆滿後，營運權歸還。其內部空間配置含蓋二百人座及一百五十人座放映廳各一間，並包含附屬之藝文走廊、會議空間及服務性設施等。此空間主要提供國片、紀錄片、短片、獨立製片、非商業性電影等等之映演，一方面建立國內電影創作者發表及交流管道，強化國內電影藝術推廣及電影技術人才培育，促進電影產業之發展；另一方面，將以其做為創意影像藝術推廣發展的中心，藉由影像發揮整合跨界藝術發展的動能。

區塊2：文化創意產業引入空間ROT（Rehabilitate, Operation and Transfer）案

華山創意文化園區內除電影藝術館外之所有範圍，文建會將以委託民間單位就現有設施予以整建或擴建並投資營運，日後營運期屆滿，營運權歸還文建會。在文建會的規劃之下，華山創意文化園區佔地最廣的範圍，都將規劃作為文化創意產業引入的「展現空間」，包含烏梅酒廠變身的小劇場空間、兒童劇場、四連棟、米酒作業場、蒸餾室、高塔區、甚至是紅樓區等等，將以軟體為導向，著重在打造屬

於華山創意文化園區的獨特文化商品，透過空間設計規劃來展現各類不同的創意產業，提供設計產業的伸展台，也可以是運用創意產品構成的餐廳或創意劇場。園區將規劃六大發展事業項目，包括：創意影像發展、創意市集發展、創意娛樂發展、創意演出發展、創意展售發展、創意田野學校，也將為不同的族群設計可供參與的活動，期以活潑的方式提供國人參

開園活動系列之「社區工藝」，有手工藝傳統的社區將屬於該社區獨有的工藝傳統傳承，也看見民間文化的進程。（劉振祥攝）

表一、「華山創意文化園區」各項促參案執行現況說明

	內容	預定進度	預計投資金額	委託年限
區塊1. OT案	電影實驗場（200人座 及150人座放映廳各一間）	已由台灣電影文化協會得標，預計2007年底進駐營運	依投標須知規範第一年總投入金額不得少於新台幣1260萬元整（其中固定資產不得少於新台幣120萬元整）	5年（營運績效良好者得延長營運期兩次，各為3年、2年）
區塊2. ROT案	文化創意產業引入空間（結合創意產業的體驗經濟示範園區）	已完成招標及議約，預計2007年下半年起營運團隊進駐	總投資金額估計約1億4500萬元，第一年投資金額估計約為新台幣7500萬元整	15年（營運績效良好者得延長營運期一次，10年為限）
區塊3. BOT案	台灣文化創意產業旗艦中心	預計2007年進行招商，2009年底前營運	總投資金額估計約8億元。	30年（營運績效良好者得延長營運期兩次，每次10年為限）

與接觸藝術文化產業及活動的不同管道，並作為培育台灣文化人才的育成基地。華山創意文化園區的開放，將型塑新的生活風格與生活美學，進而造成跨界產業、藝術的交流融合，擴大台灣文化產業發展的基礎，落實文化創意產業成為台灣廿一世紀的主流經濟。

區塊3：台灣文化創意產業旗艦中心BOT（Build, Operation and Transfer）案

現有刑事警察局借用的舊有辦公空間應屬最具發展潛力之使用空間，由於該棟建物非屬古蹟或歷史建築，因此配合後續開發重新興建，文建會設定將該基地以BOT方式來推動發展，設置「台灣文化創意產業旗鑑中心」。BOT之作法係指配合國家政策發展，由民間參與投資興建，擁有所有權並自為營運或委託第三人營運，文建會將以設定地上權的方式辦理，俟期限屆滿時歸還。此中心的設立。將引進相關文化創意產業，藉群聚交流的效應，發揮產業發展帶領的作用，促成創意產業的升級，以吸引更多人才匯聚，並建立發展國際行銷平台。此區位將提供投資者更大的規劃及發揮空間，相對的也提供文化創意產業投資者更多建立品牌的機會，也具有融合新與舊，串連傳統與創新產業的優勢前景，能與華山創意文化園區的舊有建築風貌與營運內涵互相呼應與銜接，創造全面性的創意文化園區，發展文化創意產業的生態環境。

發展藝企平台：挑戰與效益

台灣發展文化創意產業的環境條件具有相當潛在的競爭優勢，也是全球企業看重台灣產業發展的關鍵因素。在「創意無限」的發展模式下，產品的體驗性強與市場的靈活度高，是現今台灣文化創意產業的發展強項。台灣需要的是如何營造讓創意能有更充分發揮的環境，讓活絡交流網絡、豐富次文化內容、使通俗文化內涵更為精彩、生活風格美學更具有魅力、以及創新能力更為提升的有機體，這也正是華山創意文化園區在執行上面對最大的責任與挑戰。

樹木與建築的結合是華山園區的特色之一，米酒作業廠更是典範。

高塔區與煙囪同為古蹟，相互輝映。

透過華山創意文化園區整體規劃與定位，藉著由〈促參法〉引進專業團隊的進駐營運以創造更多的文化產值，如何持續以公正客觀的監督機制有效落實文化產業發展環境的營造，是文建會必須面對的關鍵問題。對於園區未來整體營運，文建會將兼顧公益與產業發展、行銷與觀光需求的前提下，配合目前現階段各案之推動進程，將首先成立營運管理督導委員會負責監督、指導以協調各營運團隊間之合作，輔導文創產業發展基地的孕育扶植與平台建制。而考量園區的永續經營，文建會亦基於文化創意產業推動發展環境營造之需要，未來園區的營運將不強調其獲利多寡，而是強調其扶植文創產業發展的責任，故經評估未來園區的協調整合主體將以非營利組織為優先考慮。而此非營利組織之組成，初步考量將朝向以基金會方式進行，以整合OT、ROT及BOT等團隊，透過橫向密切聯繫協調，促進華山創意文化園區及週邊環境之整體共同發展。

華山創意文化園區所要扮演的平台角色，正是要吸引不同領域的藝術與創作以及文化創意產業間的合作，藉互動集結促發更多創意，由創意的激盪產生更多產能跟產值，而更重要的任務是在推展文化創意行銷的同時，培育更多文化創意人才則是文建會視為華山創意文化園區規劃的終極目的。

華山文化創意園區在為民間參與開發營運後，以ROT案為例估算其產值，十五年的營運期政府將有近四點五億元的收入（包含土地租金、營業稅、營利事業所得稅等），十五年營運期間將帶來至少二二〇萬的人潮，其所能產生的消費收入將達三億元以上，而依此推估在園區應可引進至少二百家以上的企業進駐，而參

高塔區屬於三棟古蹟之一，顯示日式建築風格美學。

與經營的事業單位產值將可達約十六億元，並提供至少二千個以上的工作機會。

台灣目前雖未見具體的創意園區形成，但是文化創意卻無所不在，這也正是台灣的優勢所在，文建會積極規劃華山做為創意文化園區，除對於創意的重視，產能與產值亦是不可忽略。如何能使文創產業有永續發展的空間，文化部門積極提供可能的資源外，更需要其他如經濟部等部會的協力協助，提供文創業者相對的優惠與予以鼓勵扶植才更能為文創業者營造出適合文創產業長期發展的環境生態。為此，文建會亦將積極與各部會橫向連繫合作，以使文創產業的發展環境更為健全，讓文化創意產業成為台灣主流經濟，並與國際接軌。

8 「衣」起看台灣

——台灣衣Party

⊙陶福媛

為了提振台灣服飾美學，鼓勵國內設計師，文建會已辦理五屆大型「衣PARTY」活動，希望建立以台灣文化為發想元素、來開發布料、設計服裝，突顯台灣「穿的藝術」。並且持續積極推動相關活動，帶著台灣設計師走出國際時尚格局，使台灣新秀設計師陸續成功登上國際的服裝設計舞台。

為何名牌皮包、設計師設計的禮服，竟然要價數萬元、數十萬元？「創意」，正是創造服飾精品高附加價值的重要關鍵。文建會與經濟部工業局合辦的「衣Party」，迄今已堂堂進入第五年，透過一連串的研討會、創意激盪和服裝秀，展現台灣本土文化激發出來的創意。「衣Party」成功協助國內紡織、設計師服飾產業升級，「創意」加值，正是輔導國產服飾更上一層樓的墊腳石。

連續五屆的「衣Party」，有兩個劃時代的意義。一是「時間的傳承」，台灣服裝設計師老中青三代齊聚一堂，相互學習、彼此切磋，象徵台灣的製衣經驗和穿衣文化，得以不斷傳承；另一則是「空間的交錯」，歐美的時尚文化為台灣本土時尚注入活水，象徵台灣時尚產業終於能與國際時尚接軌。

不論是二〇〇二年來台籌畫第一屆「衣Party」的奧斯卡最佳美術指導獎得主葉錦添，以及2006年底來台訪問的法國服裝設計師皮爾．卡登 (Pierre Cardin)，都可窺見文建會和經濟部工業局舉辦「衣party」的企圖，以統整國內時尚圈的力量，進軍國際流行產業。

二〇〇二年「時代的容顏」，創意源自庶民

二〇〇二年，在國立故宮博物院登場的「時代的容顏－藝術衣party」，邀請葉錦添統籌規劃，透過田野採訪紀錄和調查，創作出一百套的服裝創作，展現當代名人的「衣觀點」。

葉錦添認為，衣服是一種文化，是一種串起人類情感的文化，不同的穿著，可以引起不同的共鳴。為了尋找一百位不同角色前來試裝，除了邀請各行各行的名人，如葉童、伍佰等前來共襄盛舉外，一般的市井小民也是受邀

前來試裝的要角，如賣地瓜的阿伯、來自台南的阿嬤等，都化身為葉錦添「時代的容顏」的模特兒。

既是名為「時代的容顏」，葉錦添所設計的百套服裝，除了從傳統取材，但也勇於放眼未來，讓他跳脫了古裝戲劇的窠臼，放膽思索、實現對時裝的看法。首先，田野調查是整個設計的靈感來源，不同階層職業背景的族群，都是葉錦添設計發想的靈感來源，除了風格華麗繽紛禮服、便服、晚禮服外，也有平凡庶民常穿的休閒服飾，反應一個時代千變萬化的衆相芸生。

二〇〇三年「衣party—時尚風格」，詮釋台灣精神

已成為台灣時尚界年度盛事的「台灣衣Party」，第二屆選在古色古香的台灣博物館舉辦，一口氣邀請二十六位國內服裝設計師助陣，以別具意義的「台灣服飾」為主題。

設計師協會理事長潘黛麗指出，為了籌備

2003年第二屆「台灣衣Party」，以「台灣服飾」為主題，別具意義。

以原住民傳統織布重現「原」味

這次「衣Party」，國內知名設計師幾乎全部動員，為了苦思「台灣服飾」的精神和設計主軸，不知開了多少會，投注多少心血。到底什麼才是「台灣服飾」？

近年來的台灣本土化，掀起一連串的文化尋根運動，國內服裝設計師和國產服飾也趕搭這一波的「台灣本土風」，試圖從台灣的原住民圖騰、歌仔戲戲服、日本殖民地文化、鄉土民俗圖騰等等，尋找代表台灣文化的服飾。

不論是以原住民傳統織布重現「原」味、以日據時代懷舊風詮釋的優雅風尚，或是以傳統歌仔戲為靈感，展現節慶熱鬧、活力有勁的台灣精神，「衣Party」所要傳達的台灣文化，是多元的，是豐富的，且是超越時空的。

為了籌備這次盛會，國內二十位服裝設計師曾多次組團前往巴黎參訪成衣展，汲取創作靈感。返台後，國內服裝設計師以「台灣服飾」為主題發想創意，費心研發布料和印花的設計，委託國內三家布廠合作承製，再將「台灣服飾」的理念付諸實踐、完成作品。打從布料研發生產、

靈感創意、剪裁技術到完工，每套服裝都是台灣人獨創研發的成果，可謂別具意義。

二〇〇四年「衣Party－海洋之心」

十六世紀，葡萄牙人航經台灣，遠望島上山嶽連綿，森林蔥翠，忍不住贊嘆：「Ilha Formosa！」(美麗之島)。第三屆「衣Party」，就以「海洋之心」為主軸，以一三〇套台灣風格的華衣美裳，歌頌這座美麗的台灣島。

近幾年進口高級服飾紛紛來台搶市，擠壓了國內服裝設計師的生存空間，為了打造台灣設計師服飾的形象，參展的十一位設計師當中，多以五年級中生代設計師為主力，在台灣博物館展出近一三〇套的服裝，場面盛大，除了邀請蔡康永擔任主持人外，並有名模林嘉綺、蔡淑臻和姚采穎等一線名模挑大樑走秀，詮釋二〇〇五年春夏炫爛繽紛的華麗風情。

「海洋之心」的服裝秀主題，呼應春夏充滿年輕活力的流行風，色彩較以往更加繽紛粉嫩，輕柔飄逸雪紡紗、華麗繁複針織，更添女人味，不少設計師利用異材質方混搭手法，創造出風格獨特俏麗的穿衣哲學。

2005年第4屆「衣Party」設計主題為「謎蝶香」，於國立臺灣美術館舉辦。

二〇〇五年「衣Party－謎諜香」

推動台灣時尚產業，不但要老幹新枝齊力打拚，還得跨越南北地域的區隔，才能欣欣向榮、永續經營。二〇〇五年冬季登場「衣Party」，選在台中的國立臺灣美術館登場。

本屆的設計主題「謎諜香」，服裝風格自然充滿神秘氣息，且以創意為主要特色，呼應二〇〇六年春夏滿園春色、蝶飛花舞的繽紛絢爛，可說是十分契合時令的主題。九位國內服裝設計師為了籌畫這場盛會，不僅在創意巧思下功夫，且融入繁複、華麗的手工，只為了能在伸展台豔驚四座，拔得頭彩，每個人無不盡全力以赴。

在美國熱門電視影集「決戰服裝伸展台」

名模林嘉綺、蔡淑臻和姚采穎等名模走秀，詮釋春夏炫爛繽紛的華麗海洋風情。

（由左至右）
2004年「衣Party」，於古色古香的台灣博物館舉辦，展出近130套的服裝。

第二屆「衣Party」，以「海洋之心」為主軸，歌頌這座美麗的台灣島。

「海洋之心」的服裝秀主題，呼應春夏年輕活力的流行風，色彩較以往更加繽紛粉嫩，輕柔飄逸雪紡紗、華麗繁複針織，創造出風格獨特俏麗的穿衣哲學。

（Project Runway）中，參賽者為了爭奪冠軍寶座，彼此產生「競爭」、「合作」、「欣賞」、「嫉妒」等糾葛難解的微妙情愫。同樣的，在每場「衣Party」伸展台的背後，也上演著與「決戰服裝伸展台」一樣的戲碼，參賽者在伸展台上競豔較勁，私底下則是相互觀摩、彼此砌磋學習，服裝秀雖然只有短短一個晚上，卻遠勝十年苦讀寒窗。

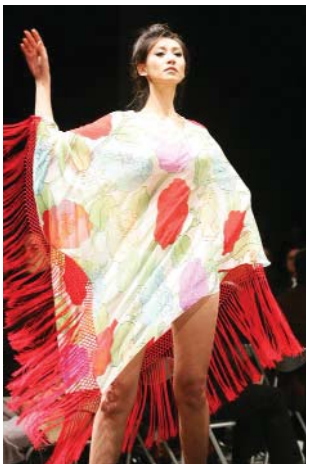
這場服裝秀的重頭戲，則由國內九位服裝設計師挑大樑，包括潘黛麗、潘怡良、杜榮仁、趙淑芸、徐秋宜、張伊萍、趙企健、林國基、楊雪琪等，受邀一線名模林嘉琦、林又立與王亭右等，不畏寒風美麗走秀，為這場服裝秀更添時尚風采。

二〇〇六年「衣Party－時尚的樣子，邂逅法國在台灣」

為了把台灣服飾推上國際舞台，2006年的「衣Party－時尚的樣子，邂逅法國在台灣」，邀請皮爾．卡登來台擔任主秀，一口氣展出八十套服裝，國內十九位服裝設計師也共襄盛舉，由「夏姿」領銜開場，展現「台灣vs.法國」、「前衛vs.傳統」兩極對應的時尚風格。

皮爾．卡登展出八十套歷年作品，在「衣Party」上獲邀擔任主秀。早在六〇年代就已成名的皮爾．卡登，雖然歷經數十年的歲月，如今再回頭欣賞他在六〇年代的作品，依然前衛時尚，充滿未來感。為了忠實呈現皮爾．卡登的作品原貌，皮爾．卡登非但親自訪台，並從法國帶來一組專家，全程督導服裝秀流程、化妝、搭配和選秀等細節，不允許有任何差池，讓國內參與「衣Party」的工作人員，莫不充分感受到從這群法國專家的專業精神與對藝術的堅持。

台灣發展本土時尚產業已有二十年的歷史，國內設計師透過一襲襲的華服，與獲邀來



「謎蝶香」的服裝秀主題，其風格自然充滿神秘氣息，且以創意為主要特色，呼應2006年春夏滿園春色、蝶飛花舞的繽紛絢爛。（圖一至圖三）

台的時尚大師皮爾．卡登砌磋互動，激盪出璀燦的火花，更是意義深遠。夏姿是國內服裝設計師當中，成功進軍巴黎、香港的服裝設計師，並在海峽對岸設立據點。為了呼應中法文化交融的主題，「夏姿」展出一款綴以黑色蕾絲的青色小禮服，公主蓬袖和胸前的珠飾，巧妙結合中式和西式元素。

創意產業，源自豐沛的台灣本土文化

台灣服飾是「創意產業」最重要的一環。歷屆參與「衣Party」的設計師群們，拋棄政治意識形態的成見、歷史包袱和族群的隔閡，透過針線、布料和創意，詮釋台灣人的服裝，在當今「族群融合」的主流價值下別具意義。

如果說，族群的分裂，就像是一塊塊不完整的布。那麼參與「台灣衣Party」設計師群們，就是彌補種族裂痕的裁縫師，用手中的針線，將一塊塊代表原住民、客家人、中國人等各種不同文化的布塊縫接起來，織繡成一件華服，以「族群融合」彌補歷史的傷痛和族群的分裂。

原住民文化在台灣歷史中，佔有相當重要的地位。例如國內設計師呂芳智、胡雅娟和國產服飾品牌瑪格等，就以原住民的織品、圖騰、手工藝為藍本，創作出忠於台灣「原」味的服飾作品。

呂芳智擷取雅美族的幾何圖騰，如菱形、三角型、細條和鋸齒等為設計主軸，不論是大

片印花、或鑲滾布邊，服裝立刻就有了生命。此外，呂芳智也以泰雅族的削肩式背心、緊身小外套，詮釋女人的體態美。

胡雅娟以平埔族的圖案為靈感，將張力強烈、色彩濃郁的原始圖騰，化為簡單摩登的抽象圖案，例如在黑色雪紡紗上以白色毛線粗繡圖騰，別具現代美感。國產服飾品牌瑪格則採用泰雅族有如彩虹般直線條織紋，改為細密緊實的織紋，呈現台灣服飾色彩繽紛的一面。

鄉土味濃郁的歌仔戲，也是台灣文化的一部分。潘黛麗以民間手工藝繩股繡、歌仔戲戲服上喧鬧的民俗圖騰為塑材，大膽地對比色彩如正紅配芥茉綠、豔紫搭天空藍等，呈現台灣服飾充滿節慶熱鬧、活力有勁的一面。

為了怕大幅印花布會讓人感到壓迫感，潘黛麗巧妙結合西方的拼布藝術，將各種民俗圖騰的印花裁成條狀，重新組合，保留了民俗的原味，但又融入現代摩登的巧思。

秉持「東方文化為體，西方科技為用」的精神，中國傳統水墨畫的印花布，也被融入台灣服飾當中。第一屆「衣Party」葉錦添所詮釋的「時代的容顏」創意服飾，就以中國文化為主軸，色彩豔麗的花鳥魚蟲刺繡、仿自唐朝盛世的宮廷服飾等，即是發想服飾的最佳靈感來源。

以「中國禮服」為設計理念的龍笛，也以台灣四〇年代本土窗櫺圖案、器皿上常見的花卉圖案為塑材，融入現代立體的裁縫技巧，在質樸素雅當中，透出貴氣，在古典視覺中，蘊含時尚感。

國產服飾品牌克萊亞（Keraia）以金魚、蜻蜓的膠彩畫為主題，湖水藍與嫩橘色金魚的印染圖案，朦朧柔美的雲染效果，女人味十足。迦茉爾也以畫荷、茶花印花布為塑材，中國古典的花朵繪畫，增添不少喜氣，設計師也延用台灣服飾的荷葉邊、荷葉領、唐衫領、唐衫扣、繡花等元素，風格高貴典雅。

台灣曾歷經長達數十年的日據時期，同樣也是不可抹滅的歷史。服裝設計師黃琇雯以日據時代的老舊廢鐵道為影像主軸，設計一塊線

國內知名服裝設計師潘黛麗老師。

條蜿蜒、橫豎交錯的花布，就連服裝上也出現領口和腰際交錯的線條。

服裝設計師洪麗芬則以手繪印花布為塑材，寬鬆的唐衫罩袍、托顎的鳳仙領、八分長羅漢褲，都曾是早期台灣的懷舊記憶，足下蹬著一雙木屐，時序彷彿回到了日據時代的老台灣。張伊萍則以中式唐衫為設計主軸，但以和風菊卉印花布為塑材，形塑典雅高貴的女性氣質。

台灣的客家文化，傳承了藍染古風，從環保概念發想出來的自然「藍染」，更是「衣Party」當中所要傳達的理念：忠於原味、尊重環境、愛護家園。

「藍染」不僅是傳統文化的藍布衫，背後更有環保的概念，因為在傳統藍靛建藍的過程中，是完全不添加任何化學物品的。服裝設計師呂芳智、毛佩華、鄭佳宜等，即懷抱著愛家護鄉的情懷，希望以環保素材為主，以大自然色系為輔，但融入現代的剪裁、新式染布藝術和創意，賦予藍染布更豐富多彩的風貌。

台灣的生態之美，也是服裝設計師發想創

意的最佳素材，台灣擁有豐富的海島型生態，具有獨特的動植物風貌，是非常珍貴的生態資源，透過印花布料的呈現，以喚醒人們珍惜這塊土地上擁有的美景。

風格唯美浪漫的趙淑芸，即以台灣海底的紅色珊瑚、彩色海葵、水草等各種色彩的海中動植物，還有悠遊暢快的繽紛熱帶魚群，運用在她的作品當中，層層疊疊、隨風飄逸的雪紡紗禮服，以及抓著細褶的芭蕾絲紗裙，其實就是從隨著海水搖擺的海葵為靈感；色彩繽紛豔亮的傘狀小蓬裙，創意靈感正來自一開一闔、外形如花朵的珊瑚蟲，十分討喜。

二〇〇七年春夏，時尚吹起了「未來風」，在回顧台灣傳統文化之餘，也要放眼未來，融入更前衛的時尚元素，才能與時俱進。皮爾．卡登兩度訪台參加「衣Party」，一再疾呼「流行只是一時，只有經典才是永恆」，葉錦添在「時代的容顏」系列服飾中融入未來帶給台灣時尚人士的省思，即是要不斷地前瞻，也要不斷地回顧，才能為台灣服裝帶來更豐沛的生命力。

文化台灣・世界發光

全球化帶來資訊、科技、資本、人才與文化創意的跨國流動，影響所及，國界消失，空間距離不再具有實質意義。因此，面對全球化的競爭，最重要的是如何確立文化的主體價值，同時突顯在地文化的獨特性與專業性。文化創意產業具有普遍性、多樣性、小型性、分散性等特色，同時著重結合在地文化及全球性市場的深層思考，不僅是發展台灣新經濟的優質選項，更能作為積累及創新文化內涵的媒介，重新形塑及提昇民眾的生活品質及生命厚度。

文建會多年來一直致力於經營有美感、內涵及深度的環境，使文化創意產業有生根發芽及成長茁壯的沃土。文化創意產業的提振，對內可提昇經濟成長，並以文創產品來激發民眾對美好生活型態的想像與實踐；對外則能增加貿易順差，促成更多的文化交流。本書的結集成書，從理念到實務有極清晰的勾勒和呈現，更顯示文化創意產業的推動成果，讓人一睹台灣社會的活力和發展契機。

「文化台灣・世界發光」是國人對未來的期許及目標，希望透過文化深耕、文化環境及文化交流等面向，建構台灣成為具有美學深度的文化公民社會，讓台灣文化躍上世界舞台。

ISBN 978-986-7178-49-7
[553.607]
00250
9 789867 178497

定價：250元