

創意文化產業與城市閒置空間再生

張震鐘

中國科技大學室內設計系講師

摘要

創意文化產業在西方國家推展是近十年間的事，各個國家也意識到文化產業化所帶來的可觀經濟利益，甚至佔各個國家的經濟生產額的大宗。所以，結合舊建築的文化特質，發展創意文化產業，已是各個國家積極的產業推展要項。我國在行政院の施政政策發展也開始納入此項重要產業發展。本文即討論在此政策下，結合舊建築或城市閒置空間の再利用，重新發展建築新使用的可能，導入文化產業的發展，文建會近幾年の推動成果，以及其他政府部門所推動的地方產業與城市閒置空間の再利用計畫，兩相結合の再生發展概念，將城市閒置空間幾年來僅有單一的藝文發展現象，找到新的出路情形，可預見未來臺灣城市閒置空間與創意文化產業間將會是良好的連結發展。

關鍵詞：文化產業，閒置空間，再生

The Cultural Industry of the Originality and Regeneration of Unused Space in City

Chen-Chung Chang

Lecturer, Department of Interior Design, China University of Technology

Abstract

It is a near thing during the decade that the cultural industry of the originality is promoted in the western countries, each country realizes the considerable economic benefits brought in cultural industrialization too, it was large that the economy that even accounts for each country produced volume. So, it's already the positive promoted industry in each country to combine the cultural speciality of the old buildings and develop the cultural industry of originality. The administrative policy development in The Executive Yuan of our country begins to include this important industry development too.

This text discusses the possibility of introducing into the development of the cultural industry by newly regeneration plan in buildings that combines the usages of the old buildings or the unused space in city under this policy. The regeneration concepts linkage between the achievement of Council for Cultural Affairs of R.O.C in recent years and other government department's promotion plans of local industries and unused city space has made the new outlet be found for the artistic and cultural development phenomenon of unused city space in the past few years. There will be a good linking and developing between the unused city space of Taiwan and cultural industry of the originality in the foreseeable future.

Keyword: Cultural industry, unused space, regeneration



一、創意文化產業國外的幾個經驗

近年來席捲世界的暢銷小說《哈利波特》，以魔幻故事帶給人們最新奇的想像空間，讀者不分小孩成人，一出版即受到熱烈歡迎的搶購，全球熱賣達兩億冊之多，之後改編為暢銷電影，全球影迷一樣為之狂熱。同時間另外一部文學改編電影《魔戒3—王者再臨》推出，不但也同時受到全世界影迷的歡迎，更在奧斯卡金像獎獲得十一項獎項肯定。這兩部由魔幻的文學作品，除了以傳統的小說發行暢銷外，同時衍生出電影、遊戲商品等，成為文化創意產業最佳的成果案例。附加地為這兩部電影拍攝取景的場景帶來大量的觀光客，為英國與紐西蘭創造探訪電影空間的觀光消費收入，而這些場景均是相當古老的歷史建築與文化景觀。這是文學作品結合電影所衍生的商品消費，更附加促成觀光業的經濟成長，是創意文化產業著名的典範案例。

另外，在全球面對百年來工業文明所衍生的環境污染、產業轉型下的地方蕭條與社會變動的問題，工業大國的德國，擁有面積廣大的重工業魯爾工業區，即留下大量的工業廢墟造成污染沒落的廢礦區。1989年開始進行以生態、文化為優先出發點的改造計畫，立基在過去工業遺址上建構具有歷史文化意義保存的生態科學園區、照顧中低收入與老人安養社區，以及設計、藝文產業的輔導，成功地改造重度污染的環境轉為優質的生活空間，同時又保存了過去的歷史空間紋理，目前已經完成一萬多公頃的改造計畫，吸引世界各國前去觀摩學習，也帶來各項新興無污染創意產業的蓬勃發展。現代城市的發展一直著重在經濟、社會和環境的問題上，文化在城市中的角色也已經受到相當地關注。一些特別的文化設施成為城市的文化象徵，同時吸引世界各國的觀光客影響都

市經濟，例如比薩斜塔、西班牙格拉納達的紅宮[1]，雪梨歌劇院對於雪梨城市的發展，均是城市的象徵指標。甚至如塞納河沿岸的聖母院、艾菲爾鐵塔、羅浮宮、奧塞美術館等古老的歷史建築群，形成帶狀的城市文化觀光特區，每年帶給巴黎相當巨額的觀光收益，這些皆是城市歷史空間文化與經濟良好的聯結關係的實例。

然而，創意文化產業所涵蓋的領域範圍相當廣泛，根據1999年對於創意經濟的市場規模統計初估，其中與城市環境發展關係密切的項目，在二十一世紀前夕的規模如表1〈單位：億美元〉：[2]

表1 創意經濟的市場規模

類別	全世界	美國	英國
廣告	450	200	80
建築	400	170	20
藝術	90	40	30
工藝	200	20	10

而在2001年1月，總體創意經濟的規模達2.2兆美元，且每年以5%的速度成長。以複式成長率推估，到了2020年將可高達6.1兆美元。

由上述的發展經驗與統計，可以認知到現代城市的發展趨勢，已經逐漸跳脫以往傳統的城市開發建設模式，也已經不再局限於商業成長下的房地產商品化型態。其新興的發展概念必須結合城市的良好環境與空間美感的塑造，並且導入城市生活的活力，由歷史資產的保存作為發展的起點，創造新結構物良好的設計配合，將老舊的歷史遺產轉化為新興的資產，甚至帶來經濟上的良好收益，將一般常遇到歷史保存與新開發建設的衝突，取得有利的連結平衡點。城市的歷史獲得保存與延續，顯現特有的城市文化風貌，結合城市文化活動的舉辦，將文化與產業發展獲得良好的連結。

英國是推動文化創意產業相當多年的主要國家，1997年英國將創意產業列為國家重要政策，當年其產值為六億英鎊，2001年就跳昇為1125億英鎊，同時創造了195萬個就業機會。在亞洲，南韓以影視產品及電玩遊戲設計商品，2001年文化產業市場總值達100億美元，出口金額佔韓國總出口值的22%，南韓已然跳脫過去只是次級汽車與家電製造者的形象，已經走向聯合國教科文組織所認為的文化產業概念，是「那些以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合的產業」。^[3]

根據聯合國教科文組織的研究，1980~1998年人文藝術、娛樂、文化活動、旅遊服務之貿易額由953億美元遽增為3879億美元，自1991年開始貿易量遽增。至於亞太地區文化產業產值為，香港2000年統計數據顯示，文化產業佔GDP的2.0%，佔就業人口比重的3.70%。澳洲2000年統計數據顯示，文化產業佔GDP的3.3%，佔就業人口比重的3.7%。日本1992~2002年間，文化產業的出口產值由0.5成長至1.5兆日圓，成長率高達三倍；相較於同期日本總出口，僅由43增加為52兆日圓，成長幅度相對較低。韓國1999年通過文化產業促進法，當時文化產業基金為549億韓元，到2002年為2329億韓元，四年間就增加了四倍，其中遊戲軟體產業在1998~2001四年中成長一倍，韓國電影出口六年(1995~2001)成長50倍。新加坡根據觀光委員會1998年的估計，2002年時每一元的文化消費將平均帶動1.8元的其他收益。^[4]

所以，由上述國外幾個發展文化創意產業的狀況，可知文化產業在現今已經逐漸成為經濟產業的主流趨勢，將文化與商業的結合，創造高收入的經濟產值，此與早期懼

怕文化遭到商業的侵襲而失去純真的發展真諦，已經有了子然不同的概念。

二、創意文化產業在臺灣的發展概況

“文化產業(culture industry)”在臺灣約從1994年開始大量被提及，此時期正好是臺灣開始由文建會大力提倡社區總體營造的時機。將文化與產業並置，且強調社區總體性，打破行政領域的企圖。2002年，隨著“挑戰2008國家計畫”的提出，文化創意產業(culture & creative industry)成為各方注目的新名詞。西方學者阿多諾與霍克海莫早在1947年便已提出“文化工業”的概念，其初期所指的是傳播媒體，傳媒巨大的力量引來文化支配與控制的擔憂，臺灣不同於此的發展，90年代提出的文化產業理念卻是扣合社區營造運動而強調地方文化的自主發展。^[5]

2002年6月行政院提出挑戰2008文化創意產業發展計畫，是臺灣第一次將“文化創意”認定為產業型態，並納入國家長期發展計畫重點項目^[6]。2003年9月文建會成立“文化創意產業專案中心”，來整合資源提供單一專業的窗口。同年11月2日行政院成立“文化創意指導委員會”負責推動此項計畫。強調提振觀光產業不僅要有自然景觀，更重要的是地方人文之美，以及豐富多樣的城鄉生活魅力，需要有足夠水準和規模的文化創意產業作後盾。更要提升到包括藝術、媒體與設計三大領域的文化創意產業。又於11月26日行政院會會議提出“五年五千億，新十大建設”方案，擴大公共投資計畫，其中投資策略第二項即為發展文化創意產業。

臺灣推動的文化創意產業與國際間的相關產業發展而言，並不是位居較早的領先地位，但面對國際化的新產業形成趨勢，國內必須持續努力朝此產業發展求進步，尤其

在振興地方的傳統產業再生復甦上。依據行政院所推動“文化創意產業”係指源自於創意與文化積累，透過智慧財產的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會並促進整體生活環境提昇的活動。因此，文化創意產業的核心價值在於文化創意的生成，而其發展關鍵在於具有國際競爭力的創造性與文化特殊性。因此，參考各國對文化創意產業所包含的範疇與內容，將此產業分為核心與週邊兩個面向，核心產業計有十四產業類項，分別為廣告、建築、視覺藝術、工藝、設計、時尚設計、電影、互動休閒軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體與資訊服務、電視與廣播、生活創意產業；而週邊產業則為觀光產業、文化設施產業、藝術市場、創意農業、生活產業、運動休閒產業、特色美食產業、教育、社區營造、智慧財產權等。

城市空間文化與建築設計產業、視覺藝術、工藝、設計、觀光產業、文化設施產業、生活產業、社區營造等均有密切關聯。其中將建築特別獨立列為十四項核心產業之一，而歷史性建築及城市閒置空間的再利用除了是城市歷史空間與建築的設計創意外，其可以結合其他幾個核心項目及週邊產業的推動，成為城市活化的空間再造契機。經濟部商業司因應“挑戰 2008 國家計畫”提出厚植城鄉下一個世紀競爭力的希望工程，推動地區商圈再造政策，期使推動地方經濟的轉型和提升產業競爭力，規劃辦理“地方產業交流中心”計畫，選擇五個示範計畫點，分別為宜蘭縣火車站周邊地區、新竹縣關西鎮農民活動中心、南投縣竹山鎮農會閒置倉庫及屏東縣高樹鄉公所及彰化縣福興鄉農會穀倉。帶動體質弱化地區的區域活化和振興。這些行動計畫措施即是結合了城市的文化中心區域，或者是歷史性的老舊城市空間改造，在舊有的城市紋理內，賦予

嶄新的空間功能與使命，創造城市空間的再生活力。

在臺灣的創意文化產業的發展，起步雖然比歐洲積極推動的國家晚了幾年，但文化產業在結合觀光產業的發展，早已經隨著國民所得增加與觀光消費的支出增多下，有相當規模的成長發展。世界各國的歷史名城無不以其保存悠久的城市歷史空間而提升城市的文化價值與知名度，直接帶來可觀的觀光消費收益，創造城市各個相關產業的蓬勃發展，這些歷史名城除了保存古老的城市風貌外，更經常結合城市的生活特色，舉行藝術、民俗節慶活動，或地區特有的農礦產業、手工技藝等，突顯城市的活力，帶給居民與外來觀光客愉悅的城市文化體驗，讓人內心留下該城市的文化特質與美感經驗，這些發展導向均是現今全球城市總體競爭力提升相當重視的課題。臺灣在 1980 年代由民間文學藝術界帶動一股鄉土風潮，也在電影界的努力，以臺灣鄉土性題材影片獲得國際影展的獎項肯定下，引發臺灣大眾的鄉土懷舊熱潮，尤其是侯孝賢導演的“悲情城市”為這股熱潮的引爆點。陸續地許多電影的拍攝逐漸大量選取真實的城市空間場景來突顯城市生活的真實風貌，也讓人重新審視思考自我與城市空間的連動關係，隱潛電影的主軸在探索各種城市生活的型態，甚至探討人生存的價值。這些深層的意識形態同時也出現在文學、藝術創作、空間設計等各個領域，重視到城市的歷史與空間的形貌。這個潮流同時影響了大眾的休閒型態，民眾從懷舊旅遊到城市文化的深度探索自此成型。無論是大都會區或偏遠城鎮，皆以其特有的條件發展成在地文化，來突顯產業的文化特質，例如臺北的迪化街，以其保存歷史風貌的街道景觀，結合南北貨交易批發集散地的傳統經濟區特性，發展成為城市商業文

化歷史風貌區的空間保存，以年貨大街的商圈再造，重新活化了老舊歷史街區，同時滿足了傳統的年貨買賣與感受歷史商業街的熱鬧參與。而遠離臺北都會的九份山城，隨著過去礦業蕭條的荒涼景象，如今享受山城的四季景觀變化與礦業聚落遺跡，吸引假日擁塞的觀光人潮，帶給山城大量的商機，形成商業與空間文化兩者兼具的消費形式，這些因為時代產業的變遷所導致地區的經濟發展衰退，逐漸產生閒置或荒廢的空間，因為地區文化的突顯再造，讓這些歷史空間又有了新的功能。其立基於其過去的歷史文化紋理，賦予再生的活力，這些新形式的產業再造均可說是創意文化產業與城市空間永續經營的連結下而形成。

三、創意文化產業與城市閒置空間再利用的結合

臺灣對於處理城市公共性閒置空間的經驗，從初期的硬體維護逐漸往軟體經營的方式，作為文化政策的推展，最初由行政院文建會負責執行，將城市閒置空間往藝文活動方向進行再利用措施，將城市閒置空間活化再利用為文化空間，經由此項政策之推動，結合民間的力量，發揮創意，營造更多適合於推動各項藝文展演活動、藝文創作或文化產業發展之空間環境。

(一) 結合鐵道交通網的城市文化產業

在文建會中部辦公室前身時期的台灣省政府文化處率先推動的“二十號倉庫鐵道藝術計畫”，將臺鐵臺中站旁閒置的倉庫整修，讓藝術家進駐成為創作與展示結合的藝文場所，讓大眾很輕易地隨時參與藝術家創作過程及親近其作品，讓藝術也可以很容易地融入在日常生活中，甚至是在鐵路的車站環境裡，這是過去一般人從來沒有想像過

的經驗。所以，又在此基礎上提出鐵道藝術網絡計畫，期望能夠陸續推展到其他鐵路車站的閒置倉庫空間。但是目前政策僅僅停留在北中南東代表性的重要車站個別點的思考上，仍然欠缺整體網狀的連結執行層面。城市的產業發展若能與其他城市間獲得良好的連結，創造雙贏的局面，有力連通網建構是非常重要的條件，而透過鐵路的運輸網，或許未來將是形成進入各個城市的門戶意象的起點，可以想見此種鐵路閒置倉庫的再利用成為都市藝文活動發展點，可以塑造城市的文化象徵，且在鐵路的連結下，創造新興的藝術主題套裝文化觀光之旅，同時也由車站進入各個城市，體驗其城市風貌。當然，這些構想必須各個城市努力地保有自己的城市是歷史風貌與塑造各種文化特色，結合地區產業舉辦推廣活動，鐵路車站扮演各個城市的門戶角色，再整體性與各個城市間進行鐵道藝術活動網絡的連結，創造互利多贏的機會，此是臺灣各個城市可以連結鐵道網絡的基礎來思考城市的產業發展，創造城市發展的競爭力。

(二) 結合歷史空間的創意文化產業

1997年《文化資產保存法》修訂第三十條，加入了古蹟應依原有形貌及文化修復，並且依其性質，採取不同之保存、維護或再利用方式的內容，從此對於古蹟的維護思考不再是保守的原樣凍結保存，也讓一般具有歷史性意義的建築空間，可以跳脫原功能使用的窠臼，開始展現各種新生活化再利用的創意發展，並且在經營上導入各種營運模式思考，以文化產業的方式經營，創造可生財的經濟利

益。例如臺北縣內知名的 32 處博物館家族，由文化局所創設的六處博物館園區，即結合了地方的產業或文化特色，成立博物館，發展文化知性旅遊，創造新興的地方文化產業發展。結合歷史古蹟的文化性產業發展為淡水博物館、十三行博物館、林本源園邸三處，尤其是淡水博物館與十三行博物館更結合兩地優美的自然景觀與古老城鎮的歷史意象，由各個古蹟點連結成帶狀的河岸休閒型態，塑造出“漁人碼頭”與“八里左岸”的城市文化空間意象，將整個淡水河出海口兩岸透過水上渡輪的休閒與交通聯繫，活絡了整個城市休閒產業，創造龐大的經濟收益。此在過去古蹟原貌凍結的保存思考下，古蹟的歷史僅止於讓人緬懷憑弔的局限，而造成大眾漠視忽略的荒涼頹壞窘狀，導入再生的創意文化產業經營，成為城市文化產業活絡的基礎，更使古蹟自己本身獲得新生的活力，讓歷史保存與產業發展做了最佳的共生關係。另外，鶯歌陶瓷博物館即以地方特殊的陶瓷產業文化為出發，建立博物館擔任教育文化推廣的任務，同時也結合陶瓷老街與舉辦活動，將地區產業特色更有效地向外擴展，扮演產業文化化與陶藝文化產業化的觸媒，維繫地區文化產業的永續經營。瑞芳的黃金博物館則是臺灣北部的新興產業文化休閒園區，利用廢棄的礦業設施與礦坑，結合礦業聚落的特殊地景風貌，將荒廢棄置又人口外移沒落的礦業遺址與聚落空間重新整治，以過去的山城紋理局部地改造整修，又再度繼九份山城的再生經驗後，形成另一個探訪過去礦業歷

史的文化空間場域，吸引大量熱愛文化休閒活動的遊客前來，此是荒廢閒置礦業遺址，創造成為文化產業相當成功的案例。至於臺北縣客家文化園區則是以族群文化的特色來塑造的博物館，以推展客家文化的認識與保存為目標，同時預計能夠結合客家文化衍生的各式生活商品及風味美食，將文化設施能夠產業化經營。

在臺北市主管的古蹟再生案例裡，已經開始以民間參與方式，結合民間力量來經營，減輕古蹟維護與營運上的資金負擔。例如最早成立的北投溫泉博物館，雖然建築硬體的維護仍然由市政府全部承擔，但熱心的義工團體組織的管理進入，減輕了市府相當大的人力負擔。由企業團體的認養也讓古蹟出現新的再生概念，較具體的有前美國領事館轉型為“臺北光點”，將原有歷史空間轉化為相當現代感的電影藝廊、書店與咖啡休閒的舒適空間，成為富有人文氛圍的城市裡閒暇與可停留空間；臺北當代美術館則是由舊有的市政府辦公空間改造成為現代藝術的展示空間；臺北故事館也由古老的舊豪宅改裝，經營小型的主題藝文展示活動，並且由知名的飯店支持，在園內設置精緻的餐點供應，增加營收來支應古蹟維護資金所需。所以，以古蹟本身的歷史文化價值，連結適度的產業經營，非但是可謀取維護的資金基本所需來源，同時也是創造相關衍生商品的產業利機。

(三) 結合傳統產業空間的創意文化產業

臺灣各地在面對全球經濟環境的轉變影響下，許多傳統產業的營運型態逐漸轉型，這些產業在城市裡所能

適應的條件也逐漸萎縮，尤其是面對城市的生態環境要求，經常逼得這傳統產業的工廠必須外移。例如因應新時代生產設施而轉型的酒廠，過去在城市發展郊區設立，時至今天面對城市的發展擴張，逐漸變為城市的內部中心區，遷出的酒廠，留下寬廣的土地與廠房，甚至廢棄的舊機具，成為城市裡的閒置空間，甚至有時衍生環境的污染問題。文建會也針對全省進行調查，找出具有活化再利用為文化空間價值之閒置酒廠，由此擇定目標放在臺北華山酒廠、花蓮酒廠、臺中酒廠、嘉義酒廠、臺南酒廠等幾處。執行已經有顯著成績者為臺北華山酒廠的改造與營運。以臺北酒廠的廣大荒廢空間與舊廠房，擬定華山藝文特區發展計畫，將原公賣局舊台北酒廠部分廠房，規劃再利用為一個當代藝術創作、展演、實驗與國際交流的藝文空間，當代藝術創作、展演與國際交流的藝文場所，展現其多樣藝術文化之特性。從 2001 年起始委由民間團體負責經營管理，除了部分空間作為藝文團體之辦公場所，舊的廠房作為出租的藝文展示空間。由於此地點在今天已經是位居臺北市的中心位置，交通相當便利，如此寬廣的土地範圍與大型的舊廠房，朝向藝文空間的方向改造，正好將扮演臺北城市的藝術文化發展與歷史空間紋脈延續的契機，未來的創意文化產業措施的落實，可預見將有相當良好的發展遠景。

(四)傳統產業空間結合藝文發展的創意文化產業

2001 年文建會訂頒「補助直轄市及縣市政府辦理藝術家進駐計畫

實施要點」，初期選定補助七處辦理藝術家進駐計畫，包括：臺北市國際藝術村、高雄市駁二台糖倉庫、新竹縣寶山鄉沙湖壠藝術村、嘉義縣梅山生活藝術村、臺南縣南瀛總爺糖場藝文中心、台南市安平文化特區、高雄縣橋仔頭糖廠藝術村等七處。這些藝術家進駐的藝術村計畫，實施至今各處均有顯著的成果展現，對於城市的藝術發展環境有正面的助益，同時也扶植了藝文導向的文化產業經營，提供新的城市文化消費場所，同時也兼具臺糖等代表臺灣重要產業發展的歷史能夠保存，成為居民所認識的城市文化特色，進一步產生親近的互動關係，讓這些閒置的空間場域恢復過去的歷史價值，成為城市的文化象徵，注入新的文化產業發展經營，即保存了舊有歷史紋理，也建立良好的城市生活環境。

四、結論：建構良好營運的城市文化空間的創意產業發展

積極發展創意文化產業的國家，企業界對藝術與文化事務更有新的見解，從過去贊助的形式，轉為期望藉由其發展企業的創造能力、新思維想像力的推動力量來源，漸漸取代傳統的勞力與管控系統模式，此讓企業與藝術文化界的關係邁入了事業共同發展體的關係。因為，設計的創意發展已經成為全球化競爭的重要參數，各種企業與其關聯性密切的設計界結合，將產品推向不僅只有實用的美學層次，使產品在市場競爭中，獲得大眾的認同。所以，在今天企業與藝術文化之間的連動關係，已不再侷限於提出資金贊助其發展，以獲取社會的良好認同形象，進一步謀求社會大眾的消費產品及企業

員工的公司形象價值認同等這個層面，而是進展到企業發展的夥伴關係，由藝術文化裡，思考各種創新研發構想，帶給企業更多的前瞻性進展。[7]

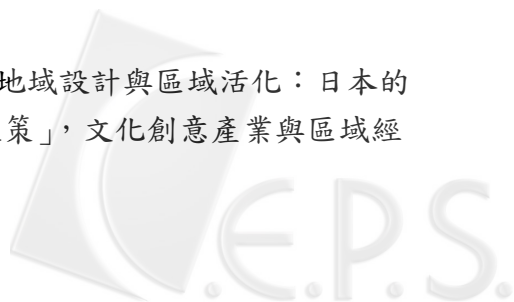
過去從事文化產業工作一直是經濟收入的弱勢，因為一般人在物質滿足後才會參與文化性的消費活動，而從事文化的工作者非常現實面對的問題即在於經費的來源，或是維生的基本收入。所以，與企業合作的關係，很實際就是能夠獲得資金的資助，對於藝術創作或文化活動的推展，具直接的效益。當文化工作者與企業經營者的結盟，各斯專長，在富有人文歷史的城市空間裡，讓閒置空間有了再生活化的改造，也讓文化界有了面對大眾的新窗口機會，並協助與企業界之間有更多的接觸網絡，使城市文化空間獲得延續，並且讓空間的經營與文化藝術的產業化推展，得到商業企劃、財務管理等事務的營運，使創意文化產業能夠落實在城市的文化空間裡順利營運。城市閒置空間、藝術文化與企業之間的合作，可以從中瞭解產業經營管理上的配套模式，也使文化成為創意性的產業型態。所以，創意文化產業與城市閒置空間的連結仍然要透過管理與行銷的專業，這些營運課題並不是從事藝術工作或地方產業生產者所駕輕就熟的事務，結合企業經營的專業，成為共生的發展模式，對城市閒置空間活化營運的生命延續是必然的條件。

利用城市閒置空間的歷史文脈而發展文化產業，逐漸在觀念上已經能夠成為大家的共識，並且獲得與企業間建立合作營運的關係。在臺灣的發展經驗，也已經開始有愈來愈多藝術或文化工作的贊助，以資金換取企業良好形象曝光的機會，以及賦稅的減免上，對贊助企業有正面的回饋，也讓文化藝術活動得到比以前更多的機會。然而文化產

業與企業的創意聯盟關係，目前在臺灣的這些結合案例倒是未見到更多的深層發展，目前以城市的閒置空間做為文化性活動的再利用案例，一般仍還是必須面對營運財務上的困難現實，顯見將文化朝向創意產業的方式經營，尚有待企業界的重視與行銷體系的結盟，與政府政策的輔導推廣，以積極推展創意文化產業國家成功的經驗為借鏡、師法對象，審視臺灣自我的環境條件，同時孕育發展的環境與人才，立基於城市歷史文化保存下，改造城市的文化軟硬體空間，將原有僅有物質生產的傳統產業轉型成為文化商品，即是產業文化化。而城市文化的展現也朝向產業化發展，對整個城市的總體發展具有重大的影響，對臺灣而言也是未來產業轉型可以師法的發展方向。

參考文獻

1. Throsby, David, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 2001. 張維倫等譯，文化經濟學，典藏藝術家庭股份有限公司，臺北，p157，(2003)。
2. Howkins, John, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Published by arrangement with International Literary Agency Through Big Apple Tuttle-Mori Agency .Inc. 2001. 李璞良譯，創意經濟——好點子變成好生意，典藏藝術家庭股份有限公司，臺北，p194-195，(2003)。
3. 蔡文婷，「新經濟的魔法棒——文化創意點石成金」，新文化雜誌，臺北，第7-12頁，(2003)。
4. 劉大和，推動文化創意產業之系統服務規劃報告書，行政院文建會委託，臺北，(2003)。
5. 黃世輝，「地域設計與區域活化：日本的地域振興政策」，文化創意產業與區域經



- 濟發展研討會論文集，第 12-13 頁，
(2003. 8. 26)。
6. 中國時報，「行政院長游錫堃記者會」，
(2003. 11. 02)。
7. 丹麥文化部與貿易產業部, Denmark s
Creative Potential,2000. 李璞良、林怡君
譯，丹麥的創意潛力，典藏藝術家庭股份
有限公司，臺北，p108-124，(2003)。

