

第七章 高高屏文化創意城市發展的方案

第一節 推動高高屏文化創意城市的具體策略方案

由於國外諸多文化創意產業的成功經驗，讓我們意識到文創產業具有龐大的經濟發展潛力，成為最近幾年來發展經濟策略中的顯學，因此政府把它列為六大新興產業之一，成為極力推展的重點產業，以期帶動我國未來的經濟發展。但是，發展文化創意產業必須有它的平台和推動者。若是將此重任委由個體企業或小型行政單位來推動，似乎權力過於單薄而無法整合資源，即使成功也無法做大產值；若是直接由中央政府來推動，似乎無法細膩地掌握地方的文化資源，其文化創意產品將會失去在地性之文化詮釋能力。因此，將文化創意產業的發展重任委由較高層級之地方政府來推動，似乎較能兼顧地方中心城市整合地方資源的機能和鄰近地方而更能深入瞭解地方之文化歷史發展內容的優點，再加上城市原本就具有地方之创新中心的作用，這將是國家發展文化創意產業的重要策略。衡諸世界各國成功地發展文化創意產業的案例，也都是由大型之都城城市所扮演的创新中心所帶動，因此將高雄市打造成创新中心的創意城市來帶領南台灣的文化創意產業發展，其可行性相當的高，也是國家必要採取的策略。而具體推動單位應是未來合併升格後的大高雄市政府，建置文化創意城市的推動中心組織來負全責，才能發揮人才、資金及其他資源的整合效益。

若將視角落在高雄市發展創意城市的發展策略來看，高雄市是推動南台灣之文化創意產業發展的主角，有必要正確地瞭解文化創意產業的特性、以及本身所掌控的資源和發揮的功能，如此才能制定有效的發展策略，不僅將自己成功地打造成創意城市，又能順利地帶動周邊地區之文化創意產業的發展。因此，本研究根據文化創意產業的特性、高高屏地區的文化資產和高雄市的行政能量等相互關聯性，再依據本研究的透過專家訪談，以德爾菲專家問卷進行指標的篩選而選出高雄市創意城市的建立所需的資源和基礎建設，先擬定高雄市發展創意城市的宏觀策略，而後再制定短、中、長程的發展目標。

若聚焦於高雄市發展創意城市的宏觀策略來看，本研究根據兩次焦點座談和前文的論述分析，高雄市若要成功地發展創意城市，必須踏實地實踐整合和開發高高屏地區的文化資源、培育和留駐創意相關的人才、制定有助於文化創意產業發展的法令、還有高雄市政府必須建構整合事權的統籌平台等重要發展

策略及文化創意空間發展規劃等。如能逐步落實這五項發展策略，將能把從德爾菲專家問卷所選出之「科技創新」、「社會文化環境」、「多元性」、「人力資源」和「都市環境」等五大構面的要素整體地融合成創意城市的發展動能，為高雄市奠立厚實的文化軟硬體建設和塑造優質的創新環境，並以此培育和留駐更多優秀的文化創意人才和「開發」更多源頭的文化，讓高雄市之創意城市擁有雄厚的文化實力和源源不竭的創新能量，使高雄市成為名副其實的「創意之都」。因此，本研究針對這五項發展策略的目的、做法和方向做進一步的說明。

一、高高屏地區之文化資源的整合和開發策略

關於文化創意產業發展的要項和策略，各有不同的見解、詮釋和期許，也因此造成立法過程的爭議而遲疑難定。若根據本研究針對文化創意產業的特性進行剖析，就從文化創意產業的結構來看，它是由文化資源、創意設計、產業量產等三個環節所建構的產業鏈。換言之，發展文化創意產業奠基深厚文化底蘊，然後再以創意設計來活化文化資產和加值文化創意產品，最後再以現代的生產技術來量產文化商品、並應用現代行銷術來開拓市場並創造產值。這三個環節的精神和目標各有不同，在發展文化創意產業的路徑中各扮演不同的功能。因此，在發展文化創意產業的規劃中，不能概括地以發展「產業」的方法而忽略三個環節的差異性發展，否則，勢將抑制或扭曲文化創意產業發展的能量和方向。高雄師範大學跨領域研究所吳瑪俐教授提到：

「城市美學加入了很多新的東西，可是所有舊的東西卻不斷被忽視，現在的中央公園已非過去的中山公園。現實空間與歷史的脫節，使一地的過去僅能從書本中得知，如此將失去文化認同與無法達成終極關懷的境界。所以說在文化創意前端的文化、人甚至是對生命的終極關懷，都是被忽視的。建立人文關懷和生命的終極關懷是建構文化創意城市的重要核心價值。....大多數人多忽略其原有的意涵而去製造新的破壞，現今的高雄一直在開發新的地區，如夢時代、高美館等區，但我認為高雄真正的歷史記憶在於哈瑪星、鹽埕等區，可是現今的鹽埕好似一個死城，造成這樣的原因為何？故事又為何？這才是我們要去省思的。」

發展文化創意產業需要有紮實的文化基礎，才能讓該產業存續長久，不能過度地依賴創意設計和量產技術。若一直仰賴既有認知的文化內涵來發展文化創意產業，將耗盡現有文化資產的能量，甚至侷限文化創意產業的發展潛力。

簡言之，文化創意產業不能概括地以「產業」來推動，否則，僅僅是強調文化產品的量產、複製和產值，勢將「玩爛」現有認知的文化資產。因此，政府應有開發文化源頭的具體政策與行動，並延攬人才、建設文化軟硬體，設法厚植國家文化軟實力，才能豐富文化的內涵和融合文化的多元性，為文化創意產業提供源源不竭的文化資源，也為高高屏地區掌握台灣地區或泛華人地區之相似文化的詮釋權和維持文化創意產業的發展優勢。

從高雄市、高雄縣及屏東縣的文化資源調查中發現，高高屏地區具有豐富多元的文化，是發展文化創意產業的優勢。因此，積極找尋並建構高高屏三個縣市各自的特殊城鄉文化，由三個縣市政府的文化局或文化處各自依其歷史脈絡，找出具有代表性的城市特殊文化，進一步運用其特色來創造經濟價值與效益，若產業化的加值效益能被創造出來，自然可以加以行銷，如此也必然可以創造新的城市意象。不過，由於之前地方行政職權過細的分割而切碎了高高屏地區的文化資源，以致於無法統籌地應用和產生群聚效果而妨礙了文化產業的整體性發展。積禪藝術中心許一男總監提出整合的迫切性：

「目前產業與人才的結合不足，既然各部會目標一樣，皆希望能藉由文創帶來產值的經濟與發展，產、官、學、媒就能更應緊密合作。就目前來說，似乎多僅有橫向的聯繫，而缺乏縱向的連結與持續推廣。…未來應建立高高屏完整的文化地圖，對文化要更加重視。」

因此，在高雄縣市合併之後，可透過行政權的整合而消除地方的本位主義，又可再進一步整編屏東縣的文化資源而建構更完整、更豐富的文化生態，使高雄市的創意中心機能擁有更大的腹地和發揮有效的總體效能，並為高雄市之創意城市創造文化創意產業龐大的經濟規模和群聚效果。例如，公部門宜掌握文化創意產業發展大方向，提供充足的經費，有效主導創造有質感有深度的文化展演活動，並進行資源整合，以彰顯文化創意活動之成果，構建一個好的商業劇場、觀光劇場、並安排有特色的演出人，將觀光、藝術結合，達到量產化的目標。明確的施政主軸，擬定衛武營藝術文化中心、大東藝文中心、高雄文化中心、海洋文化及流行音樂中心的發展方向，建立文化創意的相關產業群聚環境。藉由文化創新的群聚效果來創造更大產值。建置文化創意產業電子化政府共通平台，建立國際交流平台，以提供高附加價值。

如上文所述，僅僅是「整合」文化資源尚不足以讓文化創意產業持續發展，而且我們現在所認知的文化歷史內容與事實之間還存在不小的落差，有待我們去「開發」地方文化資產的廣度和深度，讓文化創意產業的源頭更豐富與多元。當文化的源頭有了足夠的資源與活水，創作自然擁有更多的材料和觸媒，文化創意產業自然可以有更強的成長動力，也才能持續恆久的發展。

若從整合和開發高高屏地區之文化資源來看，其具體的作法是：高雄市政

府應積極地整合各地方之基層政府、農漁會、自治團體和文史工作者的活動能量，再結合各地方的文化藝術表演團體和傳統工藝匠師，整體地將地方的特產、技藝、文化藝術表演、古蹟建築等文化資產賦予和加強地方文化意義的詮釋，活化這些地方文化資產和帶動地方經濟的發展；另一方面，高雄市政府也可獎助教育體系之文史研究學者深入探索地方文史的研究，挖掘更廣的文化源頭和文化內容，賦予這些地方文化新的意義和新的生命，並成為文化產品創作的接觸媒和帶給文化創意產品的新鮮感。因此，樹德科技大學建築與室內設計研究所陳逸杰教授提出建構文化創意城市的政策：

「強調高高屏地區針對文創城市的政策應在「延續性」的議題上發展。如：持續包裝高雄市的親水城市、鋼雕藝術節的舉辦等。」

二、文化創意產業之相關人才的培育和留駐策略

人才是任何產業發展的關鍵要素之一，雖非唯一的要素，但缺少人才的產業是萬萬不可能健全發展，也將失去創造產業新價值的動能，尤其是創新研發的人才。根據本研究的調查發現，高高屏地區現有 21 所大學院校設有文化、創意、設計、休閒觀光產業、媒體傳播等有關文化創意的科系，總共已達 63 個系所之多。雖然高高屏地區的大專院校迄今並未設有舞蹈系或表演藝術系，關於文化創意產業的發展似有缺角之憾，但是這 63 個系所的文化創意人才已屬相當多元，亟待公部門進行長遠的規劃並建立有效的整合平台，以整合和留駐這些人才成為本市發展創意城市之重要的創作動力。

依文化創意產業的特性其所需要的人才應不只是這些領域，除了上文所提及的舞蹈系和表演藝術系，還需包括文史和資訊軟體設計等相關科系的人才。因為，文史的工作者的研究可為文化創意產業開發更廣闊的文化根源，以豐富文化的底蘊；而資訊軟體設計專家則是文化結合科技的關鍵界面，是過去文化創意產業結合藝術和設計之外的新趨勢，也是新世代年輕人所著迷的新文化創意產業，如數位內容、動漫畫、電玩和其他電腦藝術設計等內容、經驗商品。在人才的養成方面，高雄大學都市發展與建築研究所陳啟仁教授指出：

「無法留下文創人才的主因，仍應探究其地區發展『能見度』太低的問題，在此更加證明『策略』所扮演的重要角色。」

而有關人才流失的問題，高雄大學傳統工藝與創意設計學系洪碩延教授提及：

「畢業生無法學以致用是人才無法聚集在南部的主要問題與原因…….高雄應該先尋求在地認同，才能逐步探討要如何讓外人產生

驚艷，此即創造自我品牌的概念。至於要如何留住人才？希望儘可能在學生在學時期，即有類似育成中心的機構(即建立平台)，使他們的設計有所發展，也就是使文創商品化，才能實現吸引並提供人才在地就業的可能。而提供市民生活創意氛圍的薰陶，製造創意氛圍的生活園區，延續過去歷史的文化認同是很重要的。好比利用過去廢棄的地點，重新加以改造、重塑使其空間再現即為顯例。」

在創意的啟發方面，美濃窯負責人朱邦雄博士的見解是：

「學生在做文化創意設計上，過度依賴電腦，而掏空了人腦。因此教育上應順應學生學習的渴望，同時更進一步激發學生的創意。例如，要求學生在四個小時內於白紙上設計出 200 張比白紙更白的冰箱的門，如此激發學生的創意與發表的作為，不斷地激發學生創意、靈感。」

屏東教育大學葉晉嘉教授進一步提出教育的重要性：

「文化商品有時亦是無形的，但不論有形、無形，是否會發達主要還是取決於民眾消費習慣的取向。一般南部的居民，並不習慣花費很多金錢於文創商品上，一切多以『俗擱大碗』為出發，又或者只看而不購票消費，因此沒有消費作為支持，人才自然就難以留住。所以長遠來說，應該從教育著手，教育學生建立支持並以實際行動積極參與文創活動或買票看文藝表演的生活典範，即使未來民眾能為文化或藝術創作給予經濟上實質的支持也無妨。」

屏東縣文化處許世文科長也提到：

「文創產業的產生，也可從教育社區、學校著手，如：與大學院校結合擴大產學合作即是一例。」

除了整合上述大專院校之相關學科的人才培育之外，綜合專家學者的看法，文化創意人才的培育莫不從教育著手，而教育不應僅侷限於學校，還可包括社會上的公司行號、文藝自治團體、文史工作者、民間藝人和技藝匠師等領域。唯有如此全面的培育文化創意的人才，才能為文化創意產業和創意城市的發展建置完整的人才庫和建構完善的產業鏈。而且，為了不使專業創意設計人才失去了對文化的創作和詮釋能力，應該讓這些專業創意設計人才多多涉獵文史知識，才能為文化創意商品畫龍點睛般地創造生命和創造它的深邃價值，並

為創意城市奠立深厚的文化底蘊和活躍的創作能量。高雄師範大學工業設計學系唐硯漁主任提出人才留駐的建議：

「配合高高屏區域教學資源中心的推廣與合作，建立文化創意資源整合的平台，如此應能促進人才有效流通與資源的妥善利用並且達到便於管理的目的。也就是在短期上以建立整合平台為主，中、長程上，逐漸形成文化創意的設計鏈，而使高雄達成做為「南區文創設計中心」的目標。」

因此，高雄市政府關於創意城市所需之人才的培育，除了整合上述之大專院校所養成的相關專業人才、以及社會上相關的民間人士和民間團體外，在教育上，可透過舉辦國際級文化創意學術研討會，向世界宣傳，吸引臺灣與世界各地文化創意人才入駐高雄。應從國中、小學的鄉土教學中來認識高高屏地的文化資產，強調特有古蹟、地名、生活方式、風土民情和地方的認知和意義，並教導他們對此在地文化素材的創作，市政府再定期舉辦這些在地文化之知識性和創作性的比賽，藉此強化對高雄的認識和認同。並擴大市場消費族群，除加強服務現有藝文消費族群，更應努力吸引其他更廣大的消費族群，養成民眾藝文消費習慣。具體作法可將文化展演設施導入中小學藝文教育課程、提供高齡者喜好的藝文活動與無障礙環境以及觀光藝術節之結合辦理等。不但可增進設施使用效益，更有助於未來藝文消費人口養成。亦可透過異業結盟合作，結合其他休閒娛樂產業朝複合化設施經營，吸引其他休閒娛樂產業之消費者，達成互生共利的理想。高雄師範大學視覺設計系姚村雄教授指出城市行銷的重要性：

「行銷城市文化則是指找出城市的特殊文化後，運用其特色使其產生經濟價值，並再造城市意象。因此高高屏地區，應先了解自身之文化特色為何，才有進一步使其成為產業化並進而加以行銷的可能。簡單的說，目的即在找出高高屏地區之文化差異，並加以行銷其差異性。」

高雄大學都市發展與建築研究所陳啟仁教授更進一步說明：

「城市行銷應是其重點，但要有發展之整體策略與主軸設定，並應有專人引導各文創業發展，而非各行其事，失去乘勝追擊的機會，如：世運的後續效應的延伸、『痞子英雄』與『不能沒有你』的後續宣傳與行銷等。」

關於人才應用的另一項課題，就是如何留住人才。至於吸引發展創意城市所需之相關人才留駐的核心問題，最直接的關鍵因素在於是否能夠提供良好的研究創作環境、就業機會和表現其創作的舞台，以創造財富和提升知名度。因此，高雄市政府不僅要規劃擁有優質之文化創意園區的創作環境，以濃厚的人文藝術氛圍來觸動創作者的靈魂和催動創作者的創意泉源，並將文化創意園區打造成結合文化、生態、科技和創意研究的空間環境，提供創意城市所需之相關人才優質舒適的生活環境、創作的氛圍和工作的場所；並在法令上制定獎助軟體設計廠商進駐軟體科學園區，吸引軟體廠商的進駐以創造更多的工作機會，為高雄市導入和留駐大量的資訊軟體創意人才，並為有意創業者提供優惠的貸款以協助其創業的成功，且加速鬆綁創作的限制法令以擴大其創作和發展的潛力；在行政上嚴格地執行智慧財產權以維護創作者的權益；在政策上舉辦各種文化產業的創作比賽和提供優渥獎金以激勵創作人才的創作動機，獎勵傑出的創作作品以提高創作者的知名度，以及提供高水準的展演場所讓他們有一展身手的空間。希望透過這一系列的策略來打造一個對各種創作人才的友善環境，並為對這些相關人才創造一個近悅遠來的磁吸力場。高雄縣政府文化局林皇名科長提及：

「其實不只政府單位，相信學校之間也或多或少也有其門戶之見，因此我認為高雄縣市合併是危機也是轉機。在這樣考驗下，要執行文化創意城市的建構，是否可先以文創的試驗點加以試驗執行，從「點」的示範模式開始，並在逐步擴及學生、政府部門到民眾，或許更能增加其可行性。」

高雄餐旅學院旅遊管理研究所吳英偉教授提出公部門可協助的部分：

「文化創意城市的推行應該回歸到市政府的層級，提高政府的層次，可以加強其文創概念的培養，而使執行者相對應具備正確之行銷概念與觀點也是很重要的。在未來大高雄市政府的團隊中，諸如：經發局（處）、文化局（處）的團隊，建議應該要結合起來一起腦力激盪，宏觀其視野，並擁有文化創意的觀念。」

除了公部門外，對於私部門方面，高雄市政府應積極鼓勵企業體對文史藝術工作者、展演團體和藝術機構的贊助，並建立企業體的認養制度，不僅可為企業注入文化氣息，使企業員工對文化創意多一點認識，亦可扶植文史工作者和藝術展演團體往產業化發展，為文化創意產業之創業者降低投入產業的門檻障

礙，以此創造彼此雙贏的結果，並提升高雄市文化創意的活力。

三、建置利於創意城市發展之法律的制定策略

法律是透過國家公權力以規範社會系統運作的依據，是建構社會機制運作環境之軟體建設的重要環節。而法律的規範內容可分為積極作用的規範和消極作用的規範，積極作用的規範係指法律的內容趨向於符合法律規範之條件者而允許自然人或法人具有有利於本身的積極作為；相對地，消極作用的規範係指法律的內容著重在違反法律規範之條件者而向自然人或法人採取必要的科罰和處罰。當然，這套法律亦適用於文化創意產業發展的相關規定。

綜觀中央政府和高雄市政府所制定之關於文化創意產業發展的法令（參閱附錄三），中央政府的相關母法傾向於消極作用的規範，用以規定相關文化創意產業發展之定義、標準、範圍、要求條件和罰則的框架；而高雄市政府（地方政府）為了推動相關文化創意產業的發展，地方的子法大多傾向於積極作用的規範，因此制定許多優惠、獎勵和補助的相關法令。本文雖然儘可能地歸總中央政府和高雄市政府關於文化創意產業的相關法律，但本研究剖析文化創意產業的產業結構和高雄市發展創意城市所需的動能，認為既有的法律還不足以涵括創意城市發展所需的要件，還需制定獎助地方文史的研究和補助各級學校之地方文史教學以開發更豐富的文化資源；訂定獎勵傑出文化創意設計人才、優惠或補貼文化創意產業之投資和獎助企業認養展演團體和文史工作者，以激勵創意人才和文藝表演團體的創作動機和降低創業門檻；制定獎助軟體設計廠商進駐軟體科學園區，吸引軟體廠商的進駐且隨之大量導入資訊軟體創意人才，為本市、本地區培育、儲備和留駐大量資訊軟體創意人才；制定獎勵智慧產權的執行和獎助商標法的申請，以維護創作者的權益；訂定在地文化創意商品之身份和安全的認證，以提高消費者對在地文化創意商品的信任；立法建置統籌發展創意城市事權的獨立機關，以有效地整合行政能力和有效地支援地方上發展的需求。高雄市文化局劉秀梅副局長指出：

「市府預計撥款 4000 萬，以駁二特區為行銷平台，提供藝術家的免費展售的場地，同時也預計施行補助流浪藝術家回流高雄的計畫。設計師、藝術家可以不花上架費，擴大人才的有效回流。……海洋文化及流行音樂文化中心預計 104 年完工，目前市府將補助音樂餐廳（共計 20 家）的經費，聘請駐唱歌手，提升城市文化的氣息。」

海洋文化及流行音樂中心將於高雄興建，高雄市政府文化局先行推出「活化流行音樂營運空間試辦計畫」，提供流行音樂歌手與樂團更多表演空間，在高雄市的餐廳、PUB、咖啡廳駐唱，進而使高雄市流行音樂環境更加活躍。同時活動隨時間與年節而不定時更新，表 7-1 列出目前 2010 年 2 月通過審核補助之 Live House。

表 7-1、2010 年 2 月通過審核補助之 Live House 一覽

Live House	現場表演時間與活動內容
青春活力音樂風 - Small の萱	每週五 18:30-19:30 大頭 20:00-21:00 大頭 每週六 12:45-13:45 大頭 18:30-19:30 大頭 20:00-21:00 大頭 每週日 12:45-13:45 大頭 18:30-19:30 大官 20:00-21:00 大官
感受獨立樂團力量 - 水星酒館	2/27(六) 21:00-22:00 風籟坊(曲風:indie rock) *其他表演場次請參考網站： http://mercurybar.blogspot.com/
舒壓美樂地 - 放輕鬆美式音樂餐廳	每週五 22:30-01:30 放輕鬆樂團 / 歐美流行金曲 每週六 22:30-01:30 放輕鬆樂團 / 情歌之夜；懷舊金曲 網站： http://funktown.city-jungle.com.tw/cubepor40/front/bin/home.phtml
古奢華時尚音樂 - 畫堤	每週一及週二 22:30-01:30 明日之星音樂一起玩；2/15 I Tube 樂團；2/16 B&W 樂團 每週三 22:20-01:00 蔡宗穎&Sky 每週四 22:20-01:00 2/4 蔡宗穎&綺綺；2/18 爆發力樂團 每週五 22:30-01:20 I Tube 樂團 每週六 22:30-01:30 2/6、2/20、2/27 B&W 樂團；2/13 I Tube 樂團 每週日 21:40-00:10 2/7、2/21、2/28 Lone J'S；2/14 B&W 樂團 *網站： http://www.huati.com.tw/
原汁原味音樂享受 - 山寨 Live Pub	每週五 22:30-23:10 山的孩子樂團 23:30-24:00 山的孩子樂團 每週六 22:30-23:10 山的孩子樂團 23:30-24:00 山的孩子樂團

	*網站： http://www.wretch.cc/blog/mountainst/22216171
愛河浪漫音符—水漾愛河 奧多咖啡	<p>每週五 21:00-21:45 奧莉薇／中英流行歌曲</p> <p>每週六 19:30-20:15 桂格麥片／中英文流行歌曲</p> <p>每週六 21:00-21:45 Roxy Band／熱門流行搖滾</p> <p>每週日 19:30-20:15 EZ Night／民歌、復古歌曲演唱</p> <p>每週日 21:00-21:45 爆發力樂團／超級偶像林宗興&張綺倫主唱</p> <p>*特別節目 2/07(日)16:30 林綾【真愛的旅行】音樂會 2/20(六)16:30 蕭煌奇【愛做夢】LIVE 音樂會</p>
迷醉深情爵士 — MARSALIS 爵士酒館	<p>每週四 02/04, 02/18 22:00-00:00 法籍小號手 The Olivier Baron 五重奏</p>
謬斯客爵士 萬花筒—藍色狂想	<p>每週一 19:30-20:15 李若榛；20:45-21:30Denny；22:15-00:00Amy & Super Band；00:30-01:15Air&美雅二人組</p> <p>每週二 19:30-20:15 李若榛；20:45-21:30 綺綺；22:15-23:00Rita & Super Band；23:15-00:00Air & Super Band；00:30-01:15 Rita&美雅二人組</p> <p>每週三 19:30-20:15 角落樂團；20:45-21:30Denny；22:15-00:00Roxy；00:30-01:15Rita&美雅二人組</p> <p>每週四 19:30-20:15 李若榛；20:45-21:30 綺綺；22:15-00:00Carey & Super Band；00:30-01:15Rita&美雅二人組</p> <p>每週五 19:30-20:15 李若榛；20:45-21:30Pink Blue；22:15-00:00Air/Carey & Super Band；00:30-02:15Roxy</p> <p>每週六 18:30-19:15 李若榛；19:30-20:15 蔡世鴻吉他秀；20:45-21:30Joel 吉他秀；22:15-00:00 Rita/Carey & Super Band；00:30-02:15Roxy</p> <p>每週日 18:30-19:15 李若榛；19:30-20:15 國語懷念金曲；20:45-21:30 西洋懷念金曲；22:15-00:00 Rita & Super Band；00:30-01:15 Air&美雅二人組</p> <p>*特別節目 2/4 辛龍現場演唱會</p> <p>【春節期間節目表】</p> <p>2/13 (六) 22:15-23:00 Air 二人組；23:15-01:15 Rita & Super Band；01:30-02:15 Air & Super Band</p> <p>2/14 (日) 18:30-19:15 李若榛；19:30-20:15 國語懷念金曲；20:45-21:30 西洋懷念金曲；22:15-00:00 Rita/Carey</p>

	<p>& Super Band ; 00:30-02:15 Roxy</p> <p>2/15 (一) 19:30-20:15 李若榛 ; 20:45-21:30 Denny ; 22:15-00:00 Amy & Super Band ; 00:30-02:15 Roxy</p> <p>2/16 (二) 19:30-20:15 李若榛 ; 20:45-21:30 綺綺 ; 22:15-23:00 Rita & Super Band ; 23:15-00:00 Air & Super Band ; 00:30-02:15 Roxy</p> <p>2/17 (三) 19:30-20:15 角落樂團 ; 20:45-21:30 Denny ; 22:15-01:15 Roxy ; 01:30-02:15 Rita & 美雅二人組</p> <p>2/18 (四) 19:30-20:15 李若榛 ; 20:45-21:30 綺綺 ; 22:15-00:00 Carey & Super Band ; 00:30-01:15 Rita & 美雅二人組</p> <p>2/19 (五) 19:30-20:15 李若榛 ; 20:45-21:30 Pink Blue ; 22:15-00:00 Air / Carey & Super Band ; 00:30-02:15 Roxy</p> <p>網站 : http://tw.myblog.yahoo.com/bluefantasy1990/</p>
<p>溫馨懷舊酒館風味－莫利酒館</p>	<p>每週三 22 : 30 – 23 : 15 滿書雯 / 中英懷念經典金曲</p> <p>每週五 22 : 15 – 24 : 00 賈愛國 + Rita / 爵士流行中英金曲</p> <p>每週六 22 : 15 – 24 : 00 賈愛國 + Air / 中英流行經典金曲</p> <p>網站 : http://www.amy.com.tw/news_file/Js_invitation.html</p>

資料來源：高雄市文化局第一科提供

因此，透過政府編列預算鼓勵獎勵文化創意人的創作成果取得專利，讓文化創意得以滋長養分，文化產業才能永續發展。在高高屏規劃作業中逐步考量文化藝術團隊與社區、民眾共同合作發展之需求，提供可促進文化創意產業發展之環境。連結高雄都會區做整體佈局，以區域整合及產業分工，凝聚南部產業動能及提昇產業競爭力，以有效構築高鐵生活文化和海洋文化系統。打破地域限制，高雄市發展創意群聚產業，成為人流、物流、資訊流匯集的生活空間。而高雄縣與屏東縣提供其他產業土地利用空間，同時擴大誘因引入高科技產業及更多文創產業進駐高雄縣、屏東縣，連帶就可促進高雄都會區的再發展。

四、高雄市政府強化創意中心平台的整合策略

經本研究的調查分析發現，高高屏地區是歷史上共同發展的有機整體，而且高雄市是高高屏地區之創意中心的文化創意城市，高屏兩縣可視為高雄市支援服務的腹地、而且是提供多元豐富之文化底蘊的來源地，彼此共創高雄都會

型之文化創意產業的完整體系。簡言之，高雄市是文化創意產業的創意中心和整合平台，可支援高屏兩縣各鄉鎮的文化創意產業活動，並強化其文化創意產業的市場價值和活潑性，進而活絡化各鄉鎮地區的文創產業的發展活水。而高屏兩縣之鄉鎮是高雄市文化創意產業的文化資源提供者而成為城市文化創意產業的腹地，彼此構成上下游的產業網絡。因此，高雄市政府必須強化其創意中心平台的整合，才能為文化創意產業建構健全而有活力的產業鏈。高雄師範大學視覺設計系姚村雄教授認為：

「應強調政府部會（如：經濟部的城鄉新風貌與文建會的一鄉鎮一特色、資策會的相關數位政策、手機電影等），以加強相關資源的整合。目前似乎缺乏跨部會資源整合平台，使文化等資源無法達到共享的理想。」

南風劇團陳姿仰團長也認為：

「創意中心平台的成立，的確可以發揮資源、人才、經費的整合效果，進而達到人才流的流通與資源互補的效果。」

文化創意產業是結合許多不同專業人才和各式產業的發展模式，再加上其產業特性具有多樣性、小型化和分散式的中小型企業特質，實在無法由民間企業單獨造就地方的文化創意產業，尤其是含蓋高高屏地區的創意平台所連結的資源、以及涉及各地方的利益和事權都相當廣泛複雜。因此，無論是發展高高屏地區的文化創意產業和發展高雄市成為創意城市，都有賴中央和地方政府就人才培育、研究發展、資訊整合、財務資助、空間提供、產學合作介面、行銷推廣和租稅減免等不同面向提供整合機制，並整合政府、專業人士、民間和企業共同協合推動，否則勢必造成群龍無首而難有成就。由此可見，具有權力和資源的政府在推動文化創意產業時所扮演的角色何其重要關鍵。

透過跨部會及高高屏三縣市政府的整合，儘速成立「高高屏地區文化創意中心」，統一事權，將各縣市所承接的相關文化創意產業做有效的整合，透過這個平台，整合高高屏三縣市的文化創意人才與資源，既可使人才有效流通運用，也可使資源有效利用，也有助於資源的管理，且發揮最高的效用。未來這個文創中心還可進一步把各縣市所固定處理各種節慶、展覽、展演活動進行有效的結合，然後搭配各大旅行社的觀光行程配套一起併入。如此將文創產業、節慶展演與觀光產業一併整合配套發展，將可共創加值。樹德科技大學生活產品設計系邱秋德教授建議：

「可從『觀光』的角度切入，將能自然帶出文化創意產業的孕育生

成。若能整合展演人員與地方自然特色及地方美與重要觀光景點等，將藝術家串聯整合起來，形成特色，迎合現代人的消費習慣，做具體規劃，進一步將可產生文創產業的品牌效應，帶動文化創意與工藝產業的發生，可視為一具體化的表現。」

高雄應用科技大學文化事業發展系李穎杰教授更說明以觀光帶動城市發展的積極效益：

「從觀光的角度切進來談是可行的，屬於一種『故事行銷』的手法。也就是說高高屏地區的文創發展需思考到要呈顯何種的文化意象。如過去的澄清湖、現在的愛河……等。用獨特的故事行銷來加強高雄的城市意像是可行的做法。」

同時，高雄市政府觀光局麥東寶專門委員也認為：

「若要談文創與觀光上的關係，可著眼於觀光產業與文創的結合，如與行銷的結合：包括影音、影藝、偶像劇的行銷、宣傳短片……等。與節慶活動的結合：燈會、設計節、音樂節、萬年祭活動……等。與體驗活動的結合：駁二藝術特區之觀光、公共藝術之觀光、體驗民俗紀念等。」

由此觀之，高雄市政府在推動創意城市發展時，有必要扮演高高屏地區之領導者的角色來加以協助及整合。在政策上，政府可以提供機會、設備及獎勵措施，鼓勵與文化產業相關的創意人才的留駐與投資，並獎助一般企業投入文化創意產業來創造就業機會和市場產值，甚至從教育政策和提供基本設施著手，等到發展至成熟階段時，政府即可退出，讓文化創意產業自行發展和創意城市順利運轉。

五、高高屏地區之文化創意產業發展的空間策略

本研究為了高高屏地區全面地發展文化創意產業和突顯高雄市成為區域核心的創意中心，除了根據吳連賞等人（2008）根據行政院和市政府將在高雄港的第 11-15 號碼頭設置「海洋文化及流行音樂文化中心」的構想、以及近來成立的「軟體科技園區」所形成的區塊規劃為「文化創意產業的發展園區」以作為高雄市建構文化創意城市的創意心臟之外，本研究再依據高高屏地區之「發

達的工業、先進的科技、優秀的人才匯集和完整的產業聚落」、「多樣的族群、多元的文化、多彩的人文空間和悠久的發展歷史」、「巒山的層疊、翠綠的山景、瑰麗的田園莊舍和發達的農業特產」和「綿延的海岸、蔚藍的海天、美麗的礁岩奇石和豐富的魚產資源」等四項地方的客觀特色和主觀意象，為高高屏地區的文化創意產業發展規劃出都市核心海洋資源發展帶、運輸中樞農業特產發展帶、閩南客家特色景觀發展帶和原住民文化資源發展帶等四條發展軸線帶（如圖 7-1），以涵蓋高雄市之「海洋性的、物流性的和重化工業性的和展演性及影音性的」文化創意產業和高屏兩縣之「族群性的、農漁產性的和海洋性的」文化創意產業等符合地方特色且易於實踐的主要文化創意產業。

本研究根據高高屏地區各地的自然和人文資源的特色和分布，由西邊的沿海地區向東邊的山地區域依序規劃都市核心海洋資源發展帶、運輸中樞農業特產發展帶、閩南客家特色景觀發展帶和原住民文化資源發展帶等四條發展軸線帶。本研究規劃這四條發展軸線帶的發展內容和特色如下：

1. 都市核心海洋資源發展軸線帶：

結合台 17 線濱海大道以及市區便利路網，將高雄市的都會型服務消費、發達的工商業和國際的港口機能、以及高高屏地區沿海的海洋資源有效整合起來，以發展「海洋性的、物流性的、重化工業性的、展演性的、和影音性的和漁特產性的」文化創意產業為主軸，並將現今的高雄市打造成輻射高高屏地區之創意核心的創意城市。

2. 運輸中樞農業特產發展軸線帶

結合 1 號、3 號國道和 1 號省道之便捷的交通動線、以及沿線之鄉鎮的農業特產和許多規模大而有名的眷村，以發展「物流性的、和農特產性的和眷村生活性的」文化創意產業為主軸，並以該地帶之中軸運輸的輻散特性來連結各地農漁業特產，帶動高高屏地區的觀光發展。

3. 閩南客家特色景觀發展軸線帶

連結位處丘陵地區而發展較慢且保有傳統特色之客家人和閩南人聚居的區域，其中有台灣最早之客家人群居的「六堆」客家文化區，而且該地區擁有翠綠的山景、祥和的田園莊舍、古樸自然的客家聚落和純樸的風土民情，因此以發展「閩南和客家之族群性的」文化創意產業為主軸，並以其特有之族群性的人文景觀來發展觀光產業。

4. 原住民文化資源發展軸線帶：

串連生活在高高屏地區東沿之阿里山山脈、玉山山脈、大武山脈和中央山脈等山區的原住民族群，其中有分布在於高雄縣的鄒族、布農族和魯凱族，以及分布在屏東縣的魯凱族和排灣族，還有這一地帶之外緣散落的平

埔族，其間蘊涵相當豐富多元的原住民文化資產，因此以發展「多元原住民文化族群性的」文化創意產業為主軸，並結合該地區為群山環抱所蘊藏之豐富的山岳地形景觀、原住民聚落景觀（如老七家的石板屋原始部落）和生態景觀來發展觀光產業。

本研究預期可藉助這四項發展軸線帶的開發，運用高雄市之龐大的服務消費機能、發達的工商業技術和豐富多元的創意人才來支援這四個發展帶之開發所需的創意人才、技術、資本、知識和其他資源，並將高高屏地區多元的文化社會和多元的自然及人文資源整合成蘊藏巨大創作能量的資產，藉此創造啟動高雄市發展創意城市的動能，並為高高屏地區的文化創意產業建構龐雜深厚網絡生態，也進一步為高雄市之創意城市奠立深厚的發展潛能與重要基礎。

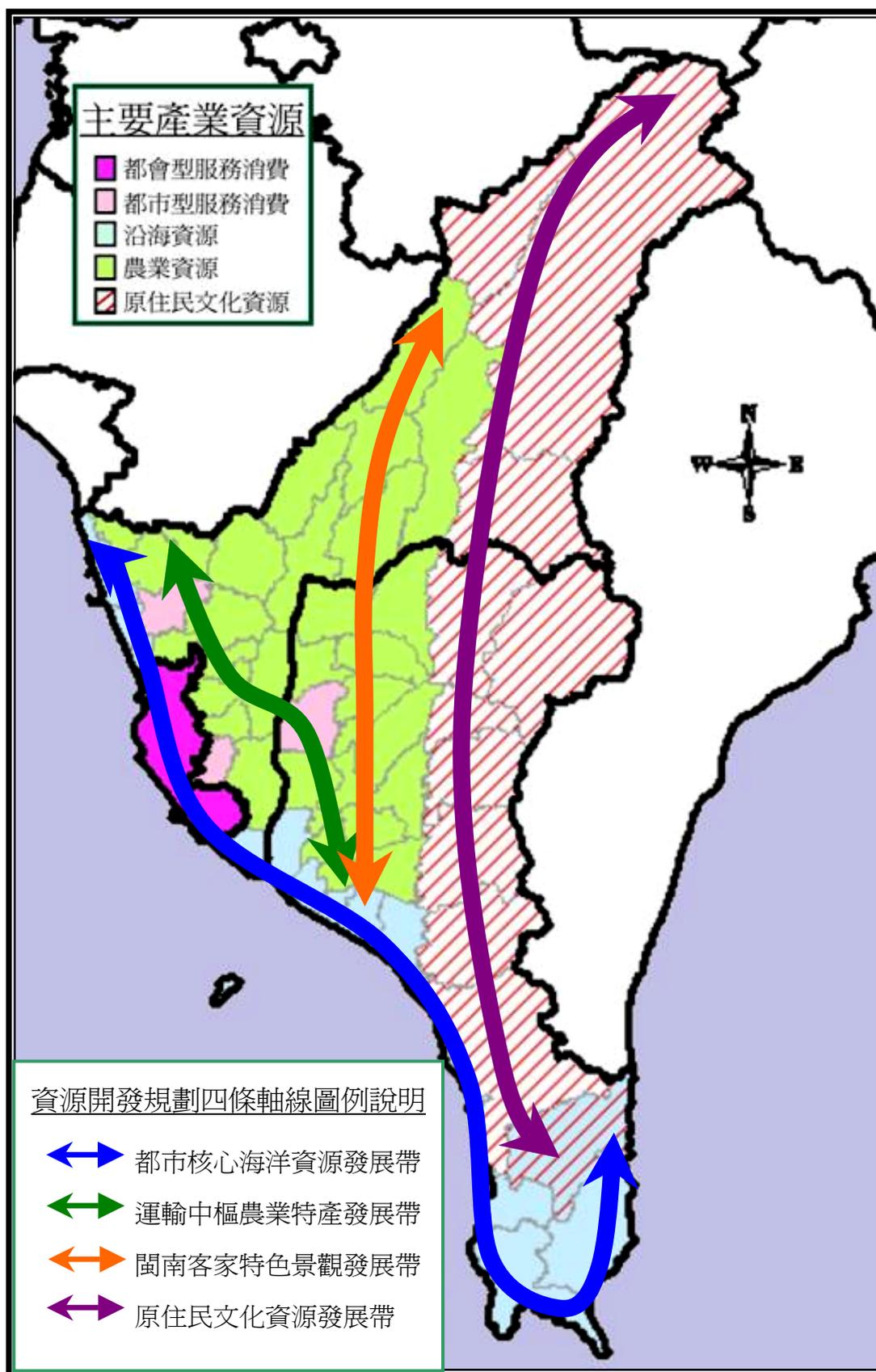


圖 7-1 高高屏地區的文創產業資源開發規劃四條軸線圖

第二節 文化創意城市發展短、中、長期政策規劃

本研究根據文化創意產業的特性、高高屏地區的文化資產和高雄市的行政能量等相互關聯性，再依據專家訪談，以德爾菲專家問卷進行指標的篩選而選出高雄市建立創意城市所需的資源和基礎建設。因此，先經由上述擬定之高高屏地區發展文化創意城市的宏觀策略後，本節進一步根據德爾菲問卷從科技創新、社會文化環境、多元性、人力資源和都市環境等五項構面所選出的重要指標分別制訂短、中、長程的發展策略。

本研究從上述五項構面為高高屏地區發展文化創意城市所擬出的短、中、長期政策規劃，除了具有發展過程中的時間緩急差異外，還具有各發展階段上所聚焦目標的不同。本研究中的短程政策規劃目標，是根據高高屏地區的文化特色和產業的特點，找出能夠豐富發展文化創意產業的「品項」，以基本設施建構為主；中程政策規劃目標，是從創意人才的培育和留駐、生產鏈的建構、技術提升和文化創意商品的驗證來提升文化創意商品和文化創意產業的「品質」，以人才培育為主；長程政策規劃目標，是結合創意、美學、科技和文化來建立文化創意商品和都市空間的「品味」。簡言之，本研究依創意城市和文化創意產業發展過程中之量變而質變的發展路徑—先「豐沛品項」→再「提升品質」→繼之「建立品味」，設定為高高屏地區發展創意城市和文化創意產業之短、中、長期的發展目標。

本研究在「品項充沛」上已針對高高屏三地的文化設施、節慶活動及產業等進行分析，找出高高屏三縣市頗為豐沛的文化創意發展「品項」，亦即從高高屏三縣市豐沛的文化原典與素材及各項資源先進入調查，調查整理之後再作深入分析、整理；歸納整理完之後，再從創意人才的培育和留駐、生產鏈的建構、技術提升和文化創意商品的驗證來提升文化創意商品和文化創意產業的「品質」，並結合創意、美學、科技和文化來建立文化創意商品和都市空間的「品味」，三者之間有循序漸進與互補互利之關係。

依據此一理念，並綜合兩次專家調查及兩次焦點座談，專家學者及公部門主管機關與業界的意見，綜合提出高高屏地區發展創意城市和文化創意產業的短中長期之發展策略，以提供公部門推動之參考。

一、創意城市與科技創新構面的策略

在科技創新構面中，透過德爾菲問卷的調查分析而達到本研究所設定之選取指標的標準 75%以上同意比例的有：「專利總數」、「研發經費比例」、「研發

人力比例」、「專業科學及技術服務業比例」、「網際網路使用比例」等4項重要指標，因此，本研究關於科技創新構面所擬定的短、中、長期政策建議如下：

1.短期政策性建議

- (1) 公部門宜掌握文化創意產業發展大方向，提供充足的經費，有效主導創造有質感有深度的文化展演活動，並進行資源整合，以彰顯文化創意活動之成果，構建一個好的商業劇場、觀光劇場、並安排有特色的演出人，將觀光、藝術結合，達到量產化目標。明確的施政主軸，擬定衛武營藝術文化中心、高雄文化中心、海洋文化及流行音樂中心的發展方向，建立文化創意的相關產業群聚環境。藉由文化創新的群聚效果來創造更大產值。建置文化創意產業電子化政府共通平台，建立國際交流平台，以提供高附加價值。
- (2) 獎勵傳統產業向文化創意產業轉型，提供資金和技術的援助，降低他們轉型的障礙。
- (3) 定期舉辦企業的和個人之科技創新、文化創意比賽，並提供豐厚的獎勵，並提供專利權之申請的諮詢和相關服務。
- (4) 嚴格執行智慧財產法，以確保文化產品創作者的權益和人民對創作者的敬重。
- (5) 與經濟部 and 資策會合作，在高雄軟體科學園區成立育成中心，提供中小企業在智財權、財務管理、市場行銷和籌資等各方面諮詢服務。

2.中期政策性建議

- (1) 開放並鼓勵企業體認養制度，強化企業界參與文化地景塑造與街區景觀再造工程。透過產學合作提高附加價值，深化產業價值鏈，藉由空間再規劃，讓關聯產業活動的合作更順暢，透過製程綠化與園區生態化，使原有傳統產業轉型與升級。鼓勵企業體對展演團體、藝術機構的贊助。不僅可為企業注入文化氣息，使企業員工對文化創意多一點認識，亦可扶植藝術展演朝向產業化發展，創造彼此雙贏的結果。
- (2) 制定獎助軟體設計廠商進駐軟體科學園區，吸引軟體廠商的進駐以創造更多的工作機，為高雄市導入和留駐大量的資訊軟體創意人才，
- (3) 建立在地文化創意商品之身份認證和安全檢驗的機制，並協助各地特產之地方文化品牌的商標註冊。
- (4) 加強高雄地區之製造業核心技術的整合，建構創新性的產業鏈，強化各項產業鏈之個別企業的研發力度、技術創新和市場行銷創意，確立高雄市在

南台灣區域發展中的創意領導核心。

3.長期政策性建議

- (1) 透過產學合作提高附加價值，深化產業價值鏈，藉由空間再規劃，創造關聯產業的群聚效果來建置人才相互學習觀摩的創新文化機制，以期帶動科技的創新和原有傳統產業轉型與升級。
- (2) 建立高雄重化工業界、各公立文化部門和私人文化團體、以及學術界之間的產學合作機制，擴大研發成果之利用。
- (3) 將傳統產業與高科技產業串連資訊科技、並結合藝術文化人才，將產業融合創意以提升產品的價值，植入創意性的經營策略開拓產值。
- (4) 政府編列預算鼓勵獎勵文化創意人的創作成果取得專利，讓文化創意得以滋長養分，文化產業才能永續發展。在高高屏規劃作業中逐步考量文化藝術團隊與社區、民眾共同合作發展之需求，提供可促進文化創意產業發展之環境。連結高雄都會區做整體佈局，以區域整合及產業分工，凝聚南部產業動能及提昇產業競爭力，有效構築高鐵生活文化和海洋文化系統。打破地域限制，高雄市發展創意群聚產業，成為人流、物流、資訊流匯集的生活空間。而高雄縣與屏東縣提供其他產業土地利用空間，同時擴大誘因引入高科技產業及更多文創產業進駐高雄縣、屏東縣，連帶就可促進高雄都會區的再發展。

二、創意城市與社會文化環境構面的策略

社會文化環境構面中，符合德爾菲問卷調查選取指標的標準有：「文化創意產業產值比例」、「文化消費比例」、「人均文化支出」、「文化經費比例」、「展演活動出席比例」、「文化創意產業家數比例」、「街頭藝人展演發證數」等 7 個指標。因此，本研究關於社會文化環境構面所擬定的短、中、長期政策建議如下：

1.短期政策性建議

- (1) 積極找尋並建構高高屏三個縣市各自的特殊城鄉文化，由三個縣市政府的文化局或文化處各自依其歷史脈絡，找出具有代表性的城市特殊文化，進一步運用其特色來創造經濟價值與效益，若產業化的加值效益能被創造出來，自然可以加以行銷，如此也必然可以創造新的城市意象。延伸並擴大電影產業或重大世界性活動的後續效應至關重要。例如「痞子英雄」電

視劇之於高雄場景的完整詮釋，或「海角七號」電影在南台灣墾丁公園所造成的風靡效果，以及「不能沒有你」電影在旗津與鹽埕留下的深刻迴響等。在不久的將來，在國家通過文化創意產業立法之後，可吸引更多國片在高高屏地區拍攝取景，讓電影電視產業有生根萌芽的可能。再方面較適合高高屏地區發展的文創產業內容，應以媒體產業為主，並多舉辦相關活動，使已然形成風潮的電影電視優美場景及世界運動會場館等，能持續延伸行銷城市與地方的後續效應，以免其熱度退燒。

- (2) 鼓勵文化有價觀念，以建立優惠措施等方式鼓勵民間興辦售票性文化活動，以激勵文化的商品化和文化的創意化深入民間基層。
- (3) 獎勵具有地方文化特色之社區或自治團體的成立和發展，促進在地文化的認同，並讓創新在地茁壯，也催化文化創意產業遍地發展。
- (4) 制定鼓勵一般民眾與企業團體踴躍參與文化創意活動和獎勵投資文化創意產業的法令，並向中央協調和鬆綁有礙文化創意產業發展的法令。
- (5) 結合各地的傳統民俗活動，運用現代行銷手法，以強化傳統文化的新意義和新創意文化商品的文化意涵，藉此吸引和留住人潮與商機。
- (6) 改善就業環境，進而提高民眾的消費水準與消費能力，使創意人才能藉創意活動中獲取最佳發展機會與經濟利益。
- (7) 文化創意產業需要外銷市場，市府文化創意活動的宣傳可以擴展到鄰近縣市，甚至可以邀請國外知名團體到高雄市表演，吸引台北或其他縣市的消費者前來高雄消費。

2. 中期政策性建議

- (1) 台灣文創產業主要受到英國影響，但最後皆是走向「營利」導向。目前更應該強調「後設計」思維，而非僅從其通路系統、慾望系統去著手，如：整形美容的風氣，導致不夠漂亮就要去整形。似乎社會價值觀被扭曲了，這是很不好的現象。城市美學加入了很多新的東西，可是舊的東西卻不斷被丟棄，現在的中央公園已非過去的中山公園。現實空間與歷史的脫節，使一地的過去僅能從書本中得知，如此將失去文化認同與無法達成終極關懷的境界。所以說在文化創意前端的文化、人甚至是對生命的終極關懷，都是被忽視的。建立人文關懷和生命的終極關懷是建構文化創意城市的重要核心價值。
- (2) 市政府與產業界合作，協助藝術家和各項文化商品之創作者建構產業鏈、量產和經營的推廣。
- (3) 應建立完整之各項文化創意活動的統計資料，各項活動的主題、目的、內

容設計、行銷花費、民眾參與人數、民眾反應等都是衡量文化創意活動良窳的重要資料，其統計數據需要有系統的科學化分析和管理的提供下一次活動的評估與預測。

3.長期政策性建議

- (1) 強調高高屏地區針對文創城市的政策應在「延續性」的議題上發展。如：持續包裝高雄市的親水城市、水岸景觀規劃、鋼雕藝術節的舉辦等。高雄地區的學校機關中，包括陸、海、空三軍官校、機械、學校、工兵學校等，或許在文創城市發展的經費補助上，也可考慮要求國防部的補助。又高雄地區有全台甚具特色的高雄餐旅學院，文創城市的發展也應結合在地學校的特長，凸顯其特色與功能。
- (2) 高雄市政府這幾年已經培養出市民的城市美學，可以繼續培養民眾的日常生活美學，當市民的文化素質到達某一程度，文化創意產業就會水到渠成。西方人把文化、藝術融入生活，也就是生活美學、生活藝術，這是文化創意的活水源頭。協助展演團體與藝術機構建立藝術行銷觀念。不同的產業時代，必須學習全新的生產與行銷觀念。以這樣的觀點操作藝術行銷，或許藝術家或是文化界就不會再抵觸行銷，讓「文化創意」能朝向「產業化」及「量產化」方向邁進。
- (3) 將文化創意產業的發展成為都市發展與競爭的重要策略，將文化創意、科技創新與藝術創作當作是一種日常實踐的文化，以此擴增文化創意的產值和文化消費
- (4) 公部門建構一個平台，讓文化創意產業成為創造性、生產性行為，也創造文化商品的消費價值，市府把文化創意產業園區視同科技創新的園區來經營，打造成南台灣的創意泉源。

三、創意城市與多元性構面的策略

在多元性構面指標中，符合德爾菲問卷調查選取指標的標準有：「人口社會增加率」、「城市內觀光遊憩區每年遊客總人數」、「原住民及客家人口數比例」等3項指標。因此，本研究關於多元性構面所擬定的短、中、長期政策建議如下：

1.短期政策性建議

- (1) 輔導各地方之農漁民、原住民建構地方特產的行銷通路，並連結地方文化

的論述。

- (2) 加強與各地農漁會和自治團體的合作關係，共同舉辦各地特產的文化祭，以強化各地方特產的文化化。
- (3) 將各種展演活動和地方特產與觀光產業結合，才能將各地別具特色之多元的展演藝術、民俗技藝和地方特產連結豐富的觀光資源，並成功地轉化成文化創意產值。
- (4) 就整體產業發展而言，文創城市建構、文創產業發展與城市觀光產業密不可分，甚至可以說是一體的三面，因此應該以三合一的合體角度來看待並推動之。舉例而言，埃及的古法老王與金字塔文明超具觀光魅力，可是埃及傾全力所作的觀光配套規劃也是促使其觀光旅遊業特別興盛的重要助力；再如中國大陸的黃山旅遊行程中，也處處可見文化創意的點子，例如黃山由一路行程所看到「愛情鎖、祈福鎖」的設置創意，也讓遊客不由自主的掏錢購買，都是甚富創意的產業行銷手法。所以影音、影藝、音樂等及各種電影、電視、短片，可以和城市行銷全面結合，而春節燈會、貨櫃藝術節、設計節及萬年祭等也可與節慶活動結合在一起。至於藝術特區、各種重要發展或吸引人的展覽活動，也可與民眾體驗活動相結合，都可創造更可觀的觀光效益。
- (5) 透過跨部會及高高屏三縣市政府的整合，儘速成立「高高屏地區文化創意中心」，統一事權，將各縣市所承接的相關文化創意產業做有效的整合，透過這個平台，整合高高屏三縣市的文化創意人才與資源，既可使人才有效流通運用，也可使資源有效利用，也有助於資源的管理，且發揮最高的效用。未來這個文創中心還可進一步把各縣市所固定處理各種節慶、展覽、展演活動進行有效的結合，然後搭配各大旅行社的觀光行程配套一起併入。如此將文創產業、節慶展演與觀光產業一併整合配套發展，將可共創加值。

2. 中期政策性建議

- (1) 各個單位各行其事，所以必須要打破門戶之見，採取跨領域之整合，如：之前偶像劇「痞子英雄」，不如由市政府統一領導的狀況，由首長一聲令下各局處全力配合，才有此佳績。原本的文創分為 14 項大類別，若文創產業發展要納入每項產業，則所有產業幾乎都可包括在內，因此應該從特定具代表性(適合高高屏發展的優勢產業)的文創產業開始，不要忽略自身特色，也不是執著於與台北或其他大城市相比。畢竟立基是不同的，我們擁有較他處大的發展空間，也有海洋作為腹地，這都是自己的特色。因此

發展文創的初期，絕對不是大熔爐般的對其所有產業通通投入發展，選擇性發展是很重要的前提。

- (2) 提供高高屏地區之文化和觀光等資源的資訊服務，並建置網路行銷機制以擴大文化創意商品的市場和產值。
- (3) 根據高高屏地區各地的自然和人文資源的特色和分布，規劃高雄市發展「海洋性的、物流性的和重化工業性的和展演性及影音性的」文化創意產業，並規劃高屏兩縣發展「族群性的、農漁產性的和海洋性的」文化創意產業等符合地方特色且易於實踐的主要文化創意產業。
- (4) 根據高高屏地區各地的地理條件和產業特色，由沿海向東往山區依序規劃都市核心海洋資源發展帶、運輸中樞農業特產發展帶、閩南客家特色景觀發展帶和原住民文化資源發展帶等四項發展帶。
- (5) 結合捷運、高鐵與台鐵等大眾運輸，安排數種觀光的套裝行程來認知高高屏地區的歷史文化和民情風俗，行銷文化創意產品，並促進文化創意產業蓬勃發展。

3.長期政策性建議

- (1) 在高雄市都市規劃作業中需逐步考量各地方之文化藝術團隊與社區、民眾共同合作發展之需求，整合各地既有的聚落特色和文化歷史，並提供可促進文化創意產業發展之環境，在空間上總體性的規劃成多元社會文化的有機體，成為提供多元文化原典的創作資源。
- (2) 可從「觀光」的角度切入，帶出文化創意產業的孕育生成。整合展演人員與地方自然特色及地方美麗景點，將藝術家串聯整合起來，形成特色，迎合現代人的消費習慣，做具體規劃，將可產生文創產業的品牌效應，並帶動文化創意與工藝產業的發展。
- (3) 應將文化的內涵置於文創產業中，如：屏東恆春國際民謠音樂節就是非常有助於屏東文創產業能量激發的可能。提供文化工作者的優惠與友善環境至關重要。文化園區的經營，如果為封閉的經營模式，大多仍為創意市集的型態，因此居住環境的友善性在此就更顯的更為重要。而在高高屏地區，透過族群課程的推廣與展現文化的差異性，也有很好的賣點。

四、創意城市與人力資源構面的策略

在人力資源構面中，符合德爾菲問卷調查選取指標的標準有：「人才培養比例」、「文化創意人才培養總數」及「青年創業貸款貸款人數比例」等3項指

標。因此，本研究關於人力資源構面所擬定的短、中、長期政策建議如下：

1.短期政策性建議

- (1) 舉辦國際級文化創意學術研討會，向世界宣傳，吸引臺灣與世界各地文化創意人才入駐高雄。在教育上，從國中、小學的鄉土教學中來認識高雄，強調特有古蹟、地名和地方的意義，並教導在地文化素材的創作，政府定期舉辦這些創作比賽，藉此強化對高高屏的認同感。擴大市場消費族群，除加強服務現有藝文消費族群，更應努力吸引其他更廣大的消費族群，養成民眾藝文消費習慣。具體作法可將文化展演設施導入中小學藝文教育課程、提供高齡者喜好的藝文活動與無障礙環境以及觀光藝術節之結合辦理等。不但可增進設施使用效益，更有助於未來藝文消費人口養成。亦可透過異業結盟合作，結合其他休閒娛樂產業朝複合化設施經營，吸引其他休閒娛樂產業之消費者，達成互生共利的理想。
- (2) 獎勵或補助高高屏地區的文化歷史研究，以厚實地方文化的底蘊，提供創作者豐富的文化資產。
- (3) 協助高高屏地區之各族群傳統工藝匠師的創作、展覽和承傳，使傳統技藝得以代代相傳和持續創新。

2.中期政策性建議

- (1) 高高屏地區應該先尋求在地認同，才能逐步探討要如何讓外人產生驚艷，即創造自我品牌的概念。要如何留住人才？希望儘可能在學生在學時期，即有類似育成中心的機構(即建立平台)，使他們的設計有所發展，也就是使文創商品化，才能實現人才在地就業的可能。提供市民生活創意氛圍的薰陶，製造創意氛圍的生活園區，要如何延續過去歷史的文化認同是重要的。好比利用過去廢棄的地點，重新加以改造、重塑使其空間再現即為很好的策略。
- (2) 向教育部建議加強文化創意產業之相關設計學科對文化歷史的認知，讓文化創作商品深邃的文化詮釋。
- (3) 定期舉辦全國性和地方性之各種文化創意展演和比賽，提供文化創意之創作者展示技藝的機會，並提升高高屏地區之文化創意商品的知名度。
- (4) 整合高高屏地區之各大專院校與文化創意產業相關的學科，並網羅有相關專業的教授群和學生，成立創意城市和文化創意產業發展的智庫和人才庫。

3.長期政策性建議

- (1) 活化靜態的觀光景點，加入以高高屏地區歷史故事及在地文化為內容的展演活動，定期在各個觀光景點演出；並且開發周邊商業產品成為伴手禮。配合捷運、高鐵與台鐵等大眾運輸，規劃流暢具賣點的觀光動線，延長中外旅客停留兩天以上的意願，提高觀光產值，促進文化創意產業蓬勃發展。在觀光上，配合捷運的啟動和其他大眾運輸，規劃流暢的觀光動線，方便自由行的遊客，增進他們對高雄的好感，並延長他們停留在高高屏消費的時間。另外，也須整合駁二藝術特區、海洋文化及流行音樂文化中心、軟體園區的營運，加強行銷。
- (2) 向中央政府爭取文化創意產業的貸款辦法：透過「促進產業研究發展貸款辦法」及「中長期資金優惠貸款辦法」等優惠融資政策，鼓勵具有創意的創作者勇於投入文化創意產業。
- (3) 協助展演團體與藝術機構建立創作生產和藝術行銷觀念，才能將創作商品透過靈巧的行銷而把民眾貼近創作者的心靈、並將創作商品納入民眾的欣賞視野，這才有助於將「文化創意」能朝向「產業化」及「量產化」的方向邁進。
- (4) 有效整合高高屏地區 21 所大學合計 63 個文化創意相關科系之資源，結合所有大學研發資源，發展多元專精學習平台，開拓文創產業新前景。鼓勵高等教育機構提供周邊文化創意產業相關專業諮詢，促進理論與實務對話與互動的機會，進一步提升文化創意產業的整體創新潛能。

五、創意城市與都市環境構面的策略

在都市環境構面中，符合德爾菲問卷調查選取指標的標準有：「人均公共休閒面積數」、「社區發展與環保經費比例」、「每年藝文活動展演次數」、「指定古蹟總數目」、「公立公共圖書館個數統計」、「藝術展演場所個數統計」等 6 項指標。因此，本研究關於都市環境構面所擬定的短、中、長期政策建議如下：

1.短期政策性建議

- (1) 將創意之經營方式融合於歷史建築中，改變傳統靜態式保存方式，活化歷史價值。碼頭水岸、駁二藝術特區可作為藝術表演之核心，結合港灣風情，未來再配合經貿園區內其他產業，發展創意空間，將可帶動港區碼頭沿岸一帶新風貌。在傳統民俗上，可運用現代行銷手法和配合節慶，強化傳統和新創意文化商品的文化意涵，以此吸引和留住人潮、商機。文化地景的改造與重塑，對在地的景觀及文化意涵而言，最能傳導地方文化感和特

色，也讓長久變遷的地景歷史醞釀和散發城市自我的迷人風采，如透過高雄的海洋與河流流域，再塑造水文化與水生活美學的場域以及原有的熱帶南台灣特色，成為具有競爭力的觀光美學產品。

- (2) 輔導高高屏地區之各族群傳統戲劇、歌謠和表演團體的創新和進駐公立大型表演廳表演，以提升表演的創新和其知名度。
- (3) 推動現代之表演團體進行野台化表演，將現代表演之藝術和創作元素帶入基層。
- (4) 除了落實法令上古蹟歷史建築及聚落保存維護的補助外，應鼓勵企業認養古蹟的修繕、贊助藝文活動的展演和獎勵企業界參與文化地景的塑造和都市景觀的再造工程。
- (5) 活化或更新具有在地意義深遠的古蹟和深具創意的公共設施，諸如英國領事館和城市光廊等，藉此重塑高雄的文化深度和城市意象。

2. 中期政策性建議

- (1) 改造與重塑各地的文化地景，透過歷史文化的論述再現在地的景觀與文化意涵，以彰顯地方的文化感和特色，讓長期歷史醞釀的地景重新散發新的風采，成為具有競爭魅力的觀光美學產品。
- (2) 有效診斷近五年來高雄市的各項文化、藝術展演活動的數量與品質，努力去建構一系列精緻化的藝文展演活動，讓文化藝術產業化，並與觀光業密切扣連。
- (3) 各公私部門的相關文化團體與各地社區建立公開平等互惠原則的長期合作關係，彼此增加經費和資源，並擴增跨領域的結盟合作，藉以促進社區的創意的自主性發展，同時也增進相關文化團體的創作和研究。
- (4) 由政府舉辦民間無力承辦或需要大規模資本的大型國際性文化活動，增加國際觀摩的機會來提升在地創作人才的創作能量和提高在地文化創意商品的知名度，藉此與國際接軌來擴增外銷產值。
- (5) 盡量以委外營運方式培養民間規劃舉辦大型文化活動的能力，在可監督的前提下，扶植民間之文化品牌的長期養成和發展。
- (6) 政府宜擬定中鋼、台船及台灣中油三大國營企業及其關連的十大主導產業（包括鋼鐵、機械、金屬、非金屬、石化、煉油、油煤製品、造船、遊艇製造）的產業升級與有效輔導策略；前二者可朝材料工業研發中心及創新園區或能源科技或海洋科技中心發展；造船工業則可結合業務性質與觀光發展需求，進行有效整合，促進工業的有效轉型與升級。拉高文化創意產業的發展層次，成為都市發展與競爭的重要策略，將文化創意與藝術創作

當作是一種實踐，公部門建構一個平台，讓文化創意產業成為創造性、生產性行為，也讓文化創造商品消費價值，政府把文化創意產業園區視同科學園區來經營，創造新的契機與商機。

3.長期政策性建議

(1) 在文化創意園區的規劃上，整合「駁二藝術特區」、「海洋文化流行音樂文化中心」和「軟體科技園區」成為大高雄地區文化創意產業發展的心臟，並透過行政策略整合其他民間組織形成群聚，發揮資源共享、相互加乘的綜效。

(2) 市府可藉由社區活動和各式文化創意展演活動來培養出市民的日常生活美學，進而讓市民懂得欣賞和提升城市美學；也就是培養市民自然地把藝術放進生活裡，讓市民自然地對日常接觸的城市發揮創意的點子，為文化創意產業創造生產和消費的動能，而規劃創意城市的成效自然水到渠成。

最後，本研究綜合各章研究成果，提出後續研究主題與計畫名稱如下：

- (1) 高雄縣市合併為大高雄市後最具潛力的文化創意產業類別之調查與評估之研究。
- (2) 高高屏文化創意產業與觀光業之產業價值鏈的建立與分析。
- (3) 高高屏八大項文創產業的發展現況調查與分析。
- (4) 大高雄市文創產業與文創城市的經濟效益評估研究。
- (5) 高高屏地區文化創意城市指標(共五大構面 26 項指標)之實證研究。

