

Culture Creative Industry

文化創意產業



● 朝陽科技大學工業設計系
蕭明瑜

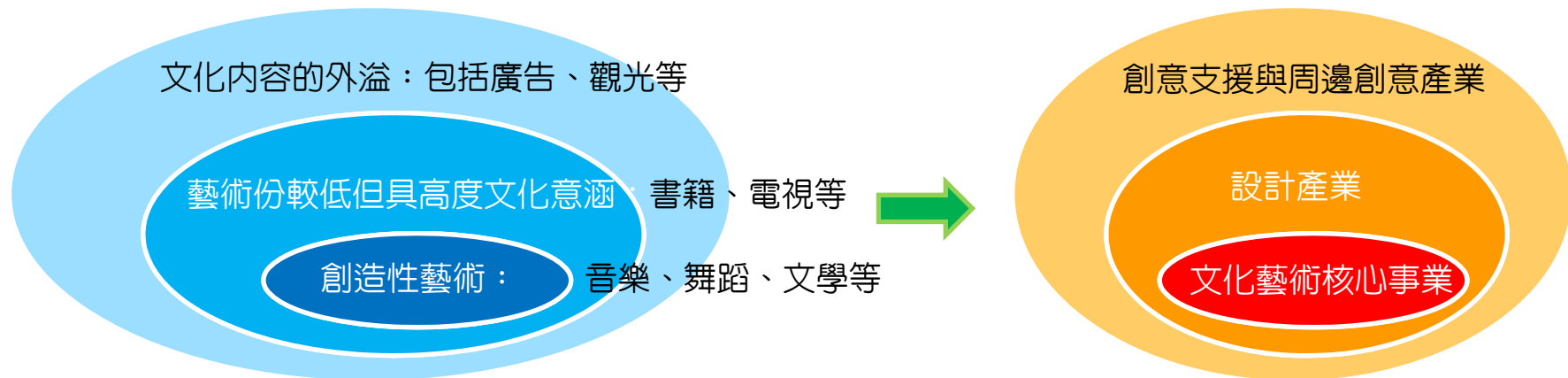
繼第三波「資訊產業」經濟後，文化創意產業被視為「第四波」經濟動力；特別是金融海嘯後，全球華人的經濟影響力受到矚目，靠的不再只是經濟實力，而是各國文化的創造力，亦即價值觀，是文化特色，也是生活方式的顯現。

2002 年 行政院核定「挑戰2008：國家發展計畫」-「文化創意產業發展計畫」

行政院核定的創業產業發展計畫中，文化產業的定義是採取概括性的說明：

『政府在定義文化創意產業時，除需探討「個人創造力與文化積累」與「智慧財產權的開發與運用」以外，尚須考量是否具有「創造財富與就業機會」的潛力，以促進整體生活環境的提昇。』（文建會，2003c）

在界定產業內涵方面，無論是台灣經濟研究院或是國家文化藝術基金會的研究調查報告，都引用學者David Thorsby以同心圓劃分文化產業的看法，將文化創意產業分成三圈同心圓，這也成為臺灣創意產業政策的主要見解。



同心圓 David Thorsby

臺灣文化創意產業的同心圓

定義

Definition

臺灣

Cultural Industries 文化產業 + **Creative Industries** 創意產業

創意與文化累積，形成可運用的資產

產業類別	中央目的事業主管機關	內容及範圍
一、視覺藝術產業	行政院文化建設委員會	指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品公證鑑價、藝術品修復等行業。
二、音樂及表演藝術產業	行政院文化建設委員會	指從事音樂、戲劇、舞蹈之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體(舞台、燈光、音響道具、服裝、造型等)設計服務、經紀、藝術節經營等行業。
三、文化資產應用及展演設施產業	行政院文化建設委員會	指從事文化資產利用、展演設施(如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館(村)演藝廳等)經營管理之行業。
四、工藝產業	行政院文化建設委員會	指從事工藝創作、工藝設計、模貝製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。
五、電影產業	行政院新聞局	指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。
六、廣播電視產業	行政院新聞局	指利用無線、有線、衛星或其他廣播電視平台，從事節目播送、製作、發行等之行業。
七、出版產業	行政院新聞局	指從事新聞、雜誌(期刊)、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。
八、廣告產業	經濟部	指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。
九、產品設計產業	經濟部	指從事產品設計調查、設計企劃、外觀設計、機構設計、人機介面設計、原型與模型製作、包裝設計、設計諮詢顧問等行業。
十、視覺傳達設計產業	經濟部	指從事企業識別系統設計(CIS)、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業。
十一、設計品牌時尚產業	經濟部	指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。
十二、建築設計產業	內政部	指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。
十三、數位內容產業	經濟部	指從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之技術、產品或服務之行業。
十四、創意生活產業	經濟部	指從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業。
十五、流行音樂及文化內容產業	行政院新聞局	指從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。
十六、其他經中央主管機關指定之產業	指從事中央主管機關依下列指標指定之其他文化創意產業： 一、產業提供之產品或服務具表達性價值及功用性價值。 二、產業具成長潛力，如營業收入、就業人口數、出口值或產值等指標。	

國家	稱謂	定義	範疇
臺灣	文化創意產業	具有附加價值的知識經濟，即是以創意為核心的生產領域，特別以藝術美學為內容的設計。	十六個核心行業：視覺藝術、音樂及表演藝術、文化資產應用及展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、廣告、產品設計、視覺傳達設計、設計品牌時尚、建築設計、數位內容、創意生活、流行音樂及文化內容、其他經中央主管機關指定。
英國	創意產業	凡起源於個人創意與智慧，並能將創意轉換為利潤的產業。	十三個核心行業：廣告、建築、藝術及古董市場、工藝、設計、時尚設計、電影與錄影帶、互動休閒軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體與電腦服務、電視與廣播。
香港	創意工業	源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。	十三個核心行業：廣告、建築、藝術及古董市場、設計、時尚設計、電影與錄影帶、電腦軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體與資訊服務、電視、漫畫。
加拿大	文化產業	藝術與文化被界定為文化產業，包括實質的文化產業、虛擬的文化服務，亦包括著作權(智慧財產權)基本概念。	十個核心行業：廣告、視覺藝術、工藝品、設計、電影與錄影帶、音樂、視覺及表演藝術、出版、多媒體內容及訓練、電視與廣播。
聯合國教科文組織	文化產業	以無形、文化為本質的內容，經由創意、生產與商品化結合的產業	十二個核心行業：視覺藝術、表演藝術、工藝與設計、印刷出版、電影、廣告、建築、歌舞劇與音樂的製造、多媒體、視聽產品、文化觀光、運動。

2003年 聯合國教育科學文化組織 (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO) 對於「文化產業」 (**Cultural Industries**) 提出定義：「文化產業是指以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合的產業，並獲得智慧財產權的保障，採用產品或者服務形式來表現的產業」。在此概念下，文化產業與創意產業相同，包括文化商品生產，以及提供文化服務，同時有受智慧財產權保障的概念。

英國創意產業推動者McCilian 所言

「創意產業是『有機的』，其定義會隨時間和產業變動而改變。」但其核心精神是不變的，其內涵即為「基於文化資本累積與創造，透過創意經營與行銷，以追求為都市再生與經濟價值為目標所發展出的產業。」

定義

Culture Industry

學者	稱謂	定義或目的
法蘭克福學派 霍克海默爾 Horkheimer (1944)	文化工業 Culture Industry	文化工業挾帶資本主義單一化的霸權，在文化上吸引庸俗的大眾不假思索的進行消費。 從四個方面批判了文化工業： 商業化 ：認為這種為工業目的大批量生產出來的文化產品並非藝術品，而是商品。 技術化 ：文化工業是現代科學技術迅速發展的結果，科技造就了大眾文化的佔有性。 標準化 ：文化工業的產品均一化與模式化，單調乏味，使大眾成為同一模式的人。 強制化 ：受眾不得不去接受這些文化產品，被剝奪了自由選擇的權利
法蘭克福學派 阿多諾 Theodor Adorno (1944)	文化工業 Culture Industry	文化工業依附於科技成了廉價商品，像科學技術一樣去追求生產力，以達到利潤最大化。 文化工業消除了人的個性，使人變成「單向度的人」。「文化工業」面向的顧客並非某一個具體的人，而是大眾，大眾是「喪失了個別性的『常人』」（海德格），是一個單一同質的集合單位。為了滿足大眾的需求，於是處處都是相同的商品。文化產品類型日趨單調，文化工業已經喪失了藝術的超越性精神，是立足於世俗的。 阿多諾認為藝術的精髓是它的無政府主義的獨立的表現形式。 在大眾傳媒的包圍下，日益失去頭腦和判斷能力，稱為被動的文化產品的消費者。

學者	稱謂	定義或目的
斯圖蘭特·霍爾 Stuard Hall (1970s) 1960s 英 雷蒙·威廉斯， 伯明罕當代文化研究中心	提出了「編碼，解碼」 理論	霍爾從電視節目出發，認為電視節目是一種「編碼」後的「符碼」(code)，這種「符碼」本身具有一定的社會意義，但他是開放的，多義的話語過程，觀眾對於節目進行「解碼」的過程也重新「編碼」。大眾對於文化產品並非簡單的接受，而是對產品意義的一次再加工。
David Thorsby (2001)	文化產業 Cultural Industries	1.在生產過程中運用到某種形式的創意 2.被視為象徵意義的產生與溝通 3.其製成產品，至少有可能是某種形式的智慧財產權。
David Hesmondhalgh (2002)	文化產業 Cultural Industries	在於創造、生產、並依賴 符號創造者 的工作者
Howkins (1991)	創意產業 Creative Industries	創意必須經過智慧財產經濟價值
Richard Caves (2000)	創意產業 Creative Industries	產品或服務的內容相當程度地帶有意識或創意色彩的產業
Gibson Chris Murphy, Peter Freesrone & Robert (2002)	文化經濟 Cultural Economy	一個同心圓的概念：核心為創意性藝術創作產業，中層為同時提供文化性與非文化性產品之產業，外層為指不在文化性創作，但其產品帶有部分文化意涵的產業。

定義

Definition

聯合國教科文組織的定義

文化產品

Cultural Products

一般指那些傳達意見、符號及生活方式的消費品。它們透過、告知或娛樂以建立集體身份，並影響文化活動。個人或集體創意的結果則基於著作權，透過產業流程與全球分銷被重製，因此促進文化物品的交流，透過書本、雜誌、多媒體產品、軟體、唱片、電影、錄影帶、聲光娛樂、工藝與時尚設計，為大眾提供多樣與不同的文化選項。

文化服務

Cultural Services

則是傳統地被理解成：那些為滿足文化興趣與需求的活動。類似的活動本身並不代表是物質成品，典型上他們包括了由政府、私人、半公共機構、或公司提供社區的有關於文化活動上的整套支援性設施與措施。類似的服務例子，包括表演與文化節的促銷，以及文化資訊與保存。文化服務也許是免費也可以是商業性質。

- 產業文化行為：**文化產業必須進行大規模的商業運作，通過有效的市場化和產業化組織形態對可經營性文化資源進行持續的再生產和擴大再生產。
- 企業經營方式：**文化產業追求利潤最大化，以文化企業形態經營，自負盈虧，在提升企業競爭力的過程中，不斷提高文化生產和經營的效益。
- 文化價值的市場轉換性：**文化產業通過市場使文化價值轉為商業價值，又通過產品、服務的市場消費來實現文化價值的社會傳播。
- 文化與經濟雙重功能：**既要體現文化的經濟屬性，實現文化的經濟價值，又要重視文化的精神價值，發揮文化的意識形態功能。
- 高技術高智力含量：**多種技術運用使文化藝術品可以批量生產，文化產業是知識經濟的典型形態。

台灣

文化創意產業

凡源自創意或文化累積，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之產業均屬之。

「文化工業」是在「複製、消費、消耗」

「文化產業」是在「創造、創作、生產」

台灣推動文化創意產業政策的背後有社區總體營造的淵源

文建會1995年提出「文化產業化、產業文化化」的想法，但社區營造與文化產業的理念不同，當時的文化產業產品多半屬於社區性質的農特產加工，這樣的文化產業無法跟上世界各國相關產業發展的趨勢，因此文建會委託台灣經濟研究院針對創意產業作了深入研究，參考世界各國推動的經驗以作為擬定政策的依據。

定義

Definition

臺灣

經營：非營利組織 — 社區協會

1995 社區總體營造

產品：農特產品與手工藝品

OTOP：一鄉鎮一特色

2002 文化創意產業

經營：非營利組織與企業組織；文化產業化，產業文化化

產業：2002年十三種產業，2009年十六種產業

臺灣 OTOP

<http://www.otop.tw/>

· 回首頁 · 網站導覽 · English · 日本語 · 聯絡我們 · 台灣時間 2010/9/30(四) 22:10:28

關於OTOP 一鄉一特產 特色店家 特色產品 各地訊息 知識管理

OTOP 地方特色網
TAINAN One Town One Product

台東 原創工藝
Taitung's Aboriginal Craft

中小企業 觀光

OTOP 展售會暨 OTOP 設計大賞頒獎暨登場

OTOP 設計大賞 Taiwan OTOP Design Award
市場最夯的特色產品~ 票選抽好禮!
下載來店禮兌換券、線上選禮拿好康...

會員登入區
Hi! 親愛的 網友您好
您尚未登入!

加入會員
電子報訂閱 | 忘記帳號密碼 | 重新取得認證信

全文智慧搜尋區
Google 搜尋

哈燒訊息 產業聚焦 旅遊行事曆 多媒體影音 購物商城

2010/9/1 - 9/15
中秋好禮
只要一元~週週樂透!

【OTOP中秋好禮只要一元】得獎名單公佈!!

- 台北市 OTOP 展售會暨 OTOP 設計大賞頒獎暨登場...
- 新竹市 帆船海晏餐廬-八月蟹客價一吃為快!
- 台北縣 創業創新養成學苑-地方特色產業班
- 屏東縣 野薑花季開始囉! 牡丹選送2日遊~
- 台北市 99年度~100年度臺灣客家特色產業輔導...
- 台北市 歡慶端午, 台灣OTOP館, 好禮搶購中!!

地方產業主題館
OTOP THEME SITES

購物商城
SHOPPING MALL

商家優惠
INFORMATION OF SALES

OTOP 行動網
QR-Code 下載

主 | 題 | 旅 | 遊 | 區

遇見森林中的, 藝術人家

三義, 擁有山城的靜止寂寥, 通靈, 擁有海的瀟灑快意。山海共殊之間, 是一大片一大片台灣中部山脈圍繞的森林, 當中有著蜿蜒綿延的山徑, 有著陽光透過樹的枝葉穿透至地面的清影, 有著微風穿過樹梢興起的沙沙聲息, 還有一股單純存在, 無須切切建明的從容雅致。...

賞玩陶藝, 知性文化體驗

田尾鄉「花心」之旅

漫步魚池, 慢飲茶香

地 | 方 | 特 | 色 | BLOG

泰國 OTOP

<http://www.thai-otop-city.com/>

September 30, 2010

OTOP One Tambon One Product

Home Products About Us Contact us Adverised Items

Welcome to oursite...

About OTOP

OTOP - From nature, extraordinarily skilled lands and Thailand's cultural heritage - to the "One Tambon One Products" Project.

Thai skills weave tradition into a fine and beautiful collection of products, using an array of unique local materials. Presenting applied ingenuity as well as reflecting an ancient heritage and local inspiration...

Latest news

OTOP to be on JETRO's website BANGKOK, Nov 25 (TNA) - The Japan External Trade Organization (JETRO) is helping promote Thai products ...

News & Event

| January | February | March | April | May | June | July | August | September | October | November | December |

Know More About Thailand

| Central | North | South | Northeast |

One Tambon One Product...

Handmade
Handicrafts are the heart of the "One Tambon On Products" Project. Besides, unique raw materials and production, the objectives of the "One Tambon On Products" Project is to create masterworks such as clothing, household products, accessories and other decorative items, to suit every society and lifestyle

Masterpiece
From sweat and labor to Thai handicraft!!! Free time from their seasonal careers like paddy farming, cultivation, and fishery is used to earn extra budget for the family. These people use a perfect blend of skills, neatness and precision needed to achieve and item that is called "a masterpiece"

Quality
Quality is the heart. Our creative skillfully crafted products do not only help preserve the environment, but also generate income for local Thai families in every region. Their products are exceptional, well designed for today's lifestyles, and have been developed to achieve the best quality. "One Tambon On Product"

Unique raw materials are crafted into products that perfectly suit modern lifestyles. Every product is designed to capture and sustain attention. The most impressive aspect of all, these items are manufactured to be the best quality products that meet international standards while preserving Thai heritage.

Industry

產業 (吳思華, 2002)

1. 大量生產的產品或服務，服務大量的顧客
2. 標準化的生產流程：確保每一次提供的產品或服務其品質均是相同的
3. 自給自足：生產者透過市場機制，直接從消費者手中取的回報，並承擔經營風險或分享利潤盈餘

Industrial Chain

文化創意產業鏈



Industrial Chain

設計產業

投入資源

文化

人才

知識 (資訊)

委託單位

法規

加
值
程
序

上游
創意

中游
製造

下游
行銷

設計公司

設計：企劃、繪圖、執行

委託設計

製造廠商

生產工廠

自創品牌

經銷商

比賽獲獎

消費者

期望產出

名人

名氣

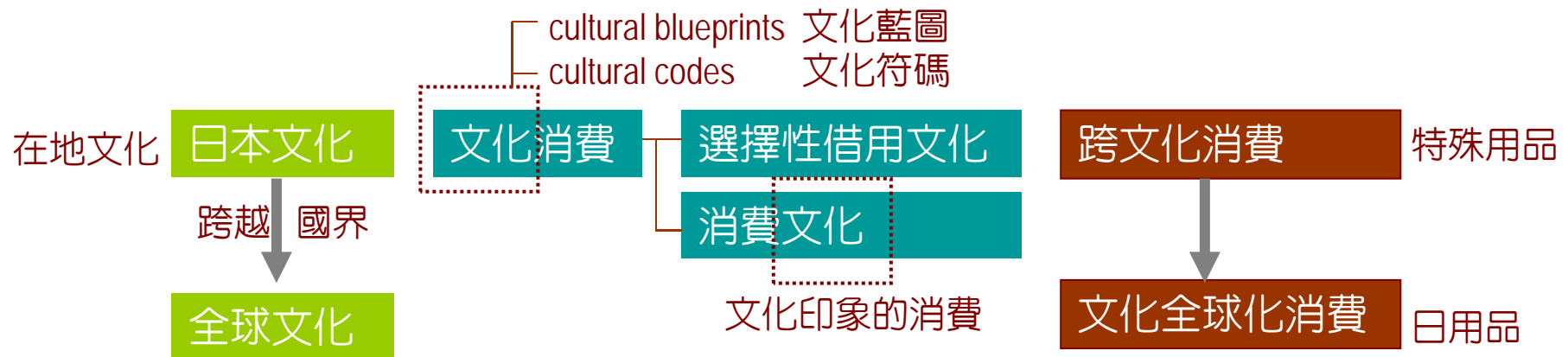
時尚

產值

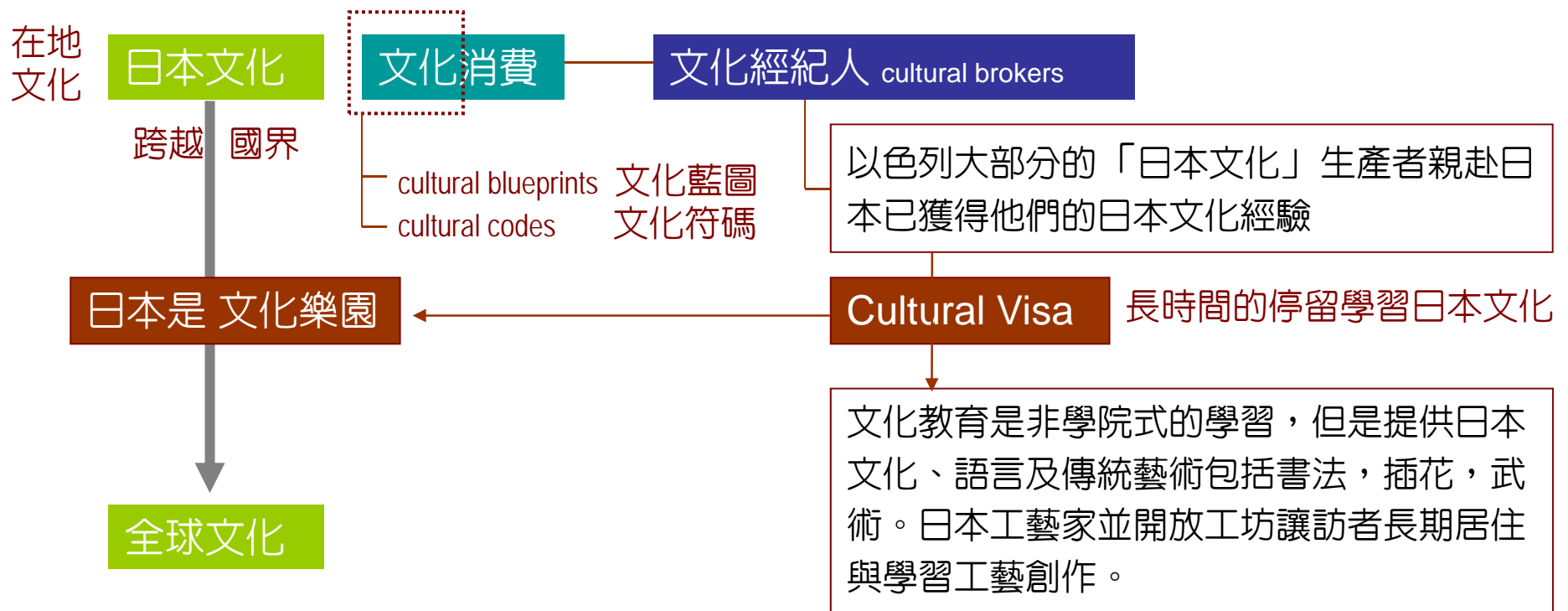
品牌

Cultureland

1. 「文化與消費」在現代世界有著嶄新的關係，一種緊張的相互關係。
2. 在後福特社會中，文化成為建立獨特地位的方法。（Slater,1997: 6）
3. 日本文化成為跨國界的「產品」，或說，成為「全球文化性產品」。



Cultureland



後續

Follow-up

<http://tour.youthtravel.tw/tour>

The screenshot shows the website interface for 'Youth Travel in Taiwan'. At the top, there is a navigation bar with links for '活動一覽', '計劃說明', '下載專區', and '討論區'. A search bar is also present with fields for '姓名' and '身份證字號'. The main banner features a stylized mountain graphic and the text 'Trekking Taiwan = Creative Tour' and '遊學台灣'. Below the banner, there are several content sections: a news item about winter travel activities, a photo gallery titled '最新照片', and a '熱門排行' (Hot Hit Parade) section listing popular activities. The right sidebar contains a search filter and a '達人講座精華' (Expert Lecture Highlights) section.

行政院青年輔導委員會
National Youth Commission

回活動首頁 回推薦首頁 網站地圖

報名搜尋 姓名: 身份證字號: 搜尋

Let's be friends
Youth Travel in Taiwan

活動一覽 ALL TOUR 計劃說明 PROJECT 下載專區 DOWNLOAD 討論區 FORUM

Trekking Taiwan = Creative Tour
遊學台灣
不同的·創新玩法
更多的·學習經驗

TRAVEL SEARCH
地區: 所有
日期: 2007/12 ~ 2007/12
類別: 藝術文史探索
搜尋 進階搜尋

活動搜尋 歷史專區 達人講座精華

您一定在想寒假遊學台灣活動, 怎麼還沒開始報名?
許多青年朋友問: 何時可以報名寒假遊學台灣活動? 我們先說: 請再等等, 有更多好活動正在規劃的路上呢!

車城壽卡太麻里 88.1公里 汗水繼南迥的紀錄
The last summer in Fulong wi

最新照片 NEW PHOTOS more

熱門排行 HOT HIT PARADE
1 甲仙鄉的另一種魅力...
2 與天空的對話...
3 小巒...
4 「慢」遊河關一太魯閣族生命體驗...
5 鍾馗陣...

學員作品 徵選說明
Program description
玩家推薦 搜尋

核心概念

1. 深化「遊學台灣」的核心精神，以「再認識」、「再發現」、「再感動」、「再創造」為辦理原則，由NPO及大專院校規劃具特色之主題之旅，活動內容包含括達人導覽、觀光旅遊、體能探索、公共討論、DIY體驗、國建參訪六項元素。
2. 整合與串聯資源、結合地方產業、觀光網絡及公部門資源，運用青輔會所協調之青年旅遊優惠措施（如青年平價住宿設施、服務體系、青年旅遊卡...等），並與旅遊產業資源結合辦理。

RECOMMENDATION

下載專區
DOWNLOAD

討論區
FORUM

青少年國際
交流資訊網

iYouth

YOUTH
TRAVEL
IN
TAIWAN
行政院青輔會
青年旅遊網



YOUTH
TRAVEL
IN
TAIWAN
青年資訊網

全方位職場體驗
THE YOUTH TRAVEL IN TAIWAN

活動一覽表

TRAVEL IN TAIWAN

全部 已額滿 未額滿



藝術文史 · 探索

活動名稱	日期	費用	活動地點	報名狀態	名額	已報名	主辦單位
製鞋體驗營 第1梯	2008-07-29 - 2008-07-31	NT.2,800元	台中市	報名時間已過	25	29	財團法人鞋類暨 運動休閒科技研 發中心
包包體驗營 第1梯	2008-08-12 - 2008-08-14	NT.2,800元	台中市	報名時間已過	25	32	財團法人鞋類暨 運動休閒科技研 發中心
戀棧月津-古今穿梭鹽水三百 年 第1梯	2008-07-12 - 2008-07-12	NT.400元	鹽水鎮	報名時間已過	20	20	台南縣月津文史 發展協會
戀棧月津-古今穿梭鹽水三百 年 第2梯	2008-08-02 - 2008-08-02	NT.400元	鹽水鎮	報名時間已過	20	27	台南縣月津文史 發展協會
額 監獄體驗營-舊監藝術 行動營 第1梯	2008-07-12 - 2008-07-13	NT.950元	嘉義舊監	報名時間已過	25	32	綠色陣線協會
發現金門：民俗體驗、文化 探索 第1梯	2008-07-01 - 2008-07-03	NT.6,200元	金門縣	報名時間已過	20	19	國立金門技術學 院
發現金門：民俗體驗、文化 探索 第2梯	2008-07-06 - 2008-07-08	NT.6,200元	金門縣	報名時間已過	20	15	國立金門技術學 院
府城封神榜 第1梯	2008-07-31 - 2008-08-02	NT.1,600元	台南市「孔廟文化園 區」「赤崁文化園 區」與	報名時間已過	25	38	社團法人台南市 文化協會
府城封神榜 第2梯	2008-08-06 - 2008-08-08	NT.1,600元	台南市「孔廟文化園 區」「赤崁文化園 區」與	報名時間已過	25	35	社團法人台南市 文化協會
走過桃園堡 第1梯	2008-08-17 - 2008-08-17	NT.500元	龍潭鄉、平鎮市、新 屋鄉、觀音鄉	報名時間已過	20	32	桃園縣社區營造 協會
額 淡水古蹟走透透-夜宿 淡水「街頭」 第1梯	2008-07-11 - 2008-07-13	NT.1,000元	全淡水古蹟群	報名時間已過	20	24	台北縣淡水鎮滬 尾文史協會
頭鄉安平 坊尋安平全小鄉	2008-08-02		安平港國家歷史風景區				財團法人安平文

文化創意產業



end