

出國報告（出國類別：考察）

2012 年大陸地區文化創意產業發展考察報告書(北京)

服務機關：文化部

姓名職稱：林素霞科長等 5 人

派赴國家：中國大陸

出國期間：101 年 11 月 19 至 11 月 23 日

報告日期：102 年 1 月 22 日

目錄

壹、前言	3
貳、行程安排及參訪議題	
(一)參訪行程	4
(二)參訪議題	5~19
參、參訪心得	
(一)參訪地相關政策分析	20~25
(二)與我國相關政策之比較分析	25~26
肆、建議事項	26
伍、參考資料	27

壹、前言

中國大陸近年來經濟快速崛起，伴隨經濟成長的腳步，更進而帶動國家的軟實力-文化力。而中國大陸的「文化產業」(Cultural Industry)，也讓世界各國矚目。中國大陸的「文化產業」，其所涉及產業類別，與其他國家略有差異，但整體而言，相當於臺灣的「文化創意產業」，也相當於英國「創意產業」(Creative Industry)及韓國所稱的「內容產業」(Content Industry)或「未來產業」(Future Oriented Industry)，其涵蓋設計、工藝、廣告、流行音樂、影視、多媒體、數字(碼)產業、偶動漫、出版等依靠創意作為命脈的行業。

然而，中國大陸以推行文化外交的方式來強化中國的軟實力的同時，臺灣應先就兩岸文化創意產業的發展現況，了解兩岸發展文創產業所面臨的限制與問題，將有助於吾人進一步研究兩岸文化創意產業如何共同合作，進而尋求兩岸雙贏的契機。

早期中國大陸只著重在發展經濟，雖然中國大陸文化部在1999年就成立了「文化產業司」，主要負責文化產業發展策略的實施和相關研究，而台灣文化部在2012年才成立「文創發展司」，但是台灣在輔導文化產業的工作卻比中國大陸早，均衡發展是台灣特色，而集權發展是大陸特色，台灣的產業結構大多是以中小企業為主，其中文化創意產業更是近年來的新興產業，有更多的是以微型企業為主，極需政府部門給予相關政策協助。透過本次參訪，吾人發現產業集聚效應及環境整備是兩岸發展文化產業目前的政策方向，進而

帶動文化產業產值化也是兩岸在發展文化產業共同努力的目標。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

北京考察行程表

日期	時間	行程	會晤對象
11月19日 (星期一)	上午	搭乘中華航空(CI511)前往北京 抵達北京首都機場	金秀清(北京市台灣事務辦公室新聞處處長) 宋朝暉(北京市台灣事務辦公室新聞處專員)
	下午	參訪北京電視台 參觀北京天安門	
11月20日 (星期二)	上午	前往北京時尚設計廣場 考察北京時尚設計廣場	張軍元(北京正東電子動力集團副總) 嚴明丹(創意產業辦公室副主任) 宋朝暉(北京市台灣事務辦公室新聞處專員)
	下午	前往中國電影博物館 考察中國電影博物館	
11月21日 (星期三)	全天	前往中國(懷柔)影視基地 考察中國(懷柔)影視基地	楊毅(國務院台灣事務辦公室新聞局局長) 范麗青(國務院台灣事務辦公室新聞局副局長兼發言人) 宋朝暉(北京市台灣事務辦公室新聞處專員)
11月22日 (星期四)	上午	前往北京數字娛樂產業示範基地 考察北京數字娛樂產業示範基地	段京濤(北京市石景山區科學技術委員會副主任) 殷秩松(國際版權交易中心董事長) 宋朝暉(北京市台灣事務辦公室新聞處專員)
	下午	前往國際版權交易中心 參訪國際版權交易中心 參觀北京著名景點(故宮博物院)	

11月23日 (星期五)	上午	前往機場 搭乘中華航空(CI512)返回臺北	
	下午	抵達桃園	

二、參訪議題及內容

(一) 文化部代表參訪團員計有 5 人

姓名	單位	職稱	備註
林素霞	文化部綜合規劃司	科長	領隊
蔡美俐	文化部文化資源司	專員	
陳壽延	文化部文創發展司	專員	
張晏蓉	文化部影視及流行音樂司	專員	
陳欣娣	文化部人事處	視察	

(二) 參訪議題及內容

本次參訪團參觀中國大陸北京市文化創意產業之相關單位，計有北京電視台、北京時尚設計廣場(798 藝術區及 751 時尚設計區)、中國電影博物館、中國懷柔影視基地、北京數字娛樂產業示範基地、國際版權交易中心等，吾人發現兩岸的文化產業發展仍各有其優缺點，雖然中國大陸的文化產業乍看之下似乎是一片榮景，但仍存在不少問題尚需克服。相形之下，台灣也有很多優勢，如果能積極把握並建構兩岸文化產業的合作平台，仍然能在整個華人市場中，搶佔重要的商機。茲將參訪內容簡述如下：

1. 北京電視台：

北京電視台新大樓位於北京市最繁華地段，佔地 36,000 多平方米，是北京市第三大高樓，內部並設有觀景平台，可俯瞰北京市區。

北京電視台成立於 1979 年 5 月 16 日，2001 年 6 月由原北京電視台與原北京市有線廣播電視台合併，目前共有 14 個頻道，包括 10 個一般頻道，2 個數字付費頻道，1 個高清頻道和 1 個國際頻道，頻道類型多元，包括北京衛視、文藝、科教、新聞、影視、財經、體育、生活、青年等，目前北京衛視已覆蓋 36 個省會城市、直轄市等，可接收人口已突破 8 億。

北京電視台綜合業務樓內設有新聞演播室、信息網路中心、編輯中心、節目製作中心等，據解說員表示，目前該台記者約有 500 多人。

電視台內並設有一個多功能大劇院，面積為 2500 平方公尺，曾舉辦過的活動包括時尚發表會、春晚、劇戲、音樂會等類型活動，相當多元，使用率頗佳，設備亦相當先進，為配合音樂會對音質的要求，可將迴聲干擾降到最低。



文化部考察團員與北京市台辦及電視台人員合影



北京電視台人員詳細介紹電視台運作概況



北京電視台攝影棚



天安門廣場一景

2. 北京時尚設計廣場 (751D·Park)

北京時尚設計廣場又名「751D·Park」(Design Park)，與西側毗鄰的「798 藝術區」同樣座落於北京中關村正東創意產業園區內，占地 22 萬平方米，位於北京市中心區域，地理位置極為優越。

「正東電子動力集團」創立於 1954 年，經營項目原以煤氣能源產業和文化創意產業為兩大主要產業，但 2003 年為因應北京首都能源產業結構調整的政策，煤氣生產退出營運，2006 年，在政府的支持下，確立公司以時尚原創設計的創意產業為營運的主軸，並定名為「751D·Park 北京時尚設計廣場」，於 2007 年 3 月 18 日正式揭幕。

「751D·Park」及緊鄰的「798 藝術區」整個園區是由停止運轉的煤氣生產工業廠房改造再利用，具有濃厚的工業文化氣息，如今轉型為時尚設計展演平台，既有 20 世紀 50 年代初的工業廠房及設施，又具有國際化現代化的時尚產業，及前衛的當代藝術創作，極富有後現代衝突、對比的美感，可謂為閒置空間再利用的典範。

依園區管理公司的簡報，「751D·Park」是以時尚設計為核心，服裝服飾設計為引領，涵蓋多門類跨界設計，致力於發展原創設計、品牌發表、推介交易、展演展示、時尚體驗等產業，並注重版權保護，扶植原創設計，打造中華原創品牌。「751D·Park」於 2007 年正式營運後，中國服裝設計師協會會所及首批服裝設計師工作室即簽約入駐園區，此後多家服裝設計、建築設計、家居設計、動漫、影視媒體、廣告等業者陸

續進駐園區，目前入駐的企業已有 80 餘家。

751 園區內最重要的建築—設計師大樓已經完工，面積為 4.7 萬平方公尺，地上 6 層、地下 3 層，其中地上 1、2 層為 8.2 公尺的挑高空間，設計師大樓為國際著名品牌提供設計、研發及交易的平台。目前園區內主要辦理的活動包括：年度固定品牌活動、著名國際品牌發表、國際交流研討活動、公益活動及建教合作活動等，最重要的活動是北京國際設計週之一的「751 國際設計節」，在 2012 年的北京設計交易博覽會，共有 10 個國家、30 個參展商參展。

園區管理公司表示，北京時尚設計廣場以設計、時尚、生活為發展重點，並以保存園區歷史狀態及工業資源保護與再利用為目標，採自主經營方式管理，園區內的所有空間都可以提供外界出租使用，目前使用率相當高，品牌發表的活動相當國際化，包括 Armani、Cartier、Audi、GQ、Piaget 等國際精品品牌均曾在「751D·Park」舉辦產品發表會，藉由與國際品牌大廠的合作，「751D·Park」也媒介藝術家與商業通路合作，協助藝術家獲得最佳的生存發展空間。此外，751 園區亦曾辦理兩岸文創交流活動，例如旗袍設計中心即是兩岸交流的成果。由園區管理公司張副總的談話中，可以感受到他對「751D·Park」未來發展抱持著明確的目標、高度的期許及強烈的企圖心。



北京 751 時尚設計廣場一景



北京 798 藝術區一景



北京 751 時尚設計廣場一景



北京正東電子動力集團副總張軍元為團員介紹北京時尚廣場發展現況



北京時尚設計廣場基地一隅



別具特色的設計樣品

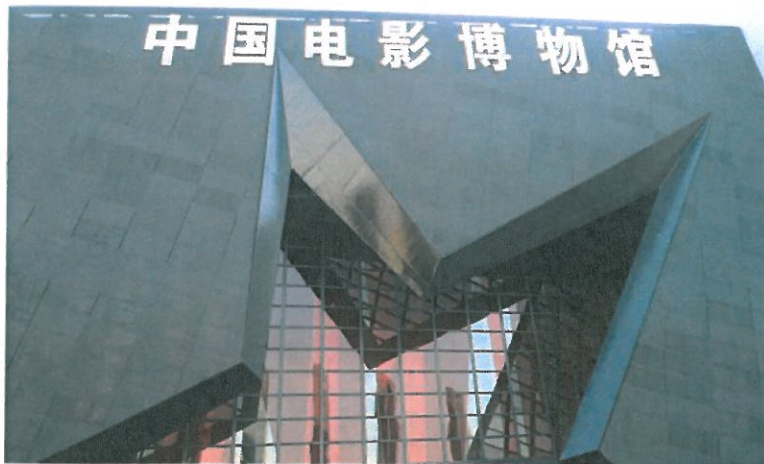
3. 中國電影博物館

參訪團於 11 月 20 日下午來到中國電影博物館，由該館解說員為參訪團進行導覽。中國電影博物館位於北京市朝陽區，是經中國國務院核准，由國家廣電總局和北京市政府所合建，自稱是目前世界上最大的國家級電影專業博物館。其設立目的是為紀念中國電影誕生 100 周年，館內展示中國電影百年發展歷程、電影科技等，並作為傳播電影文化和進行學術交流的平台。未來將逐步成為集電影藝術展覽、電影文化教育和電影藝術交流為一體的綜合性文化設施。

中國電影博物館是由美國 RTKL 國際有限公司與北京建築設計研究院合作設計，外觀是由不規則的灰色外牆構築而成。館內設有 20 個展廳，1 至 10 展廳是電影藝術展覽區，以展示中國電影百年歷程和中國電影藝術家的成就為主，其中包括「香港、澳門地區電影」和「台灣地區電影」，此外，11-20 展廳是電影技術博覽區，以展示電影製作技術和電影知識為主題，由「電影美術」、「電影特殊攝影」、「電影錄音」、「電影剪輯」等 10 個展廳組成，並設有互動設施，參觀民眾可親身體驗錄音、拍攝短片等電影製作的技術，本參訪團 2 位團員親身體驗了電影特效合成的技術。

除了展覽區之外，中國電影博物館還設有影院區，設有多個放映廳，包括巨幕影廳和五個普通影廳，可同時容納 1210 位觀眾觀影，其中包含 19 個為身心障礙人士提供的座位。另外，在綜合服務區還設有中央展廳、多功能廳、貴賓廳、臨時展覽廳等，可作為電影界集會、研討會和各式

活動的場所，並設置咖啡廳、快餐店、小型商店等設施，提供觀眾休憩的服務。



考察中國電影博物館



中國電影博物館導覽解說



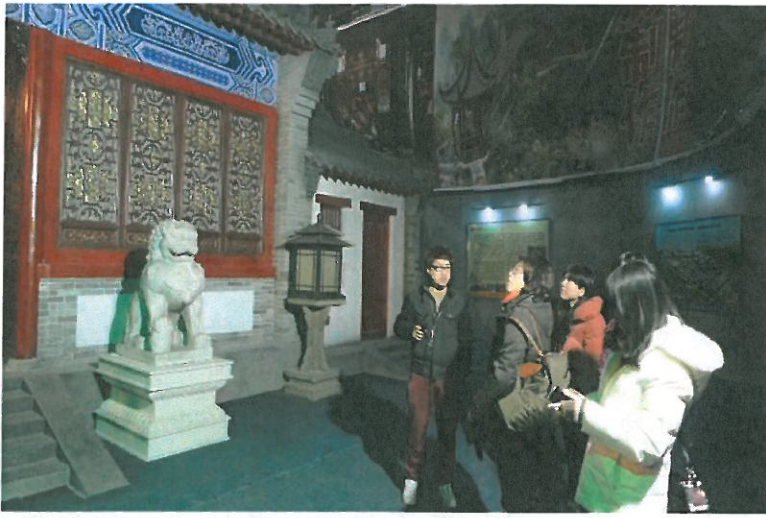
林科長素霞致贈中國電影博物館管理員文化創意商品-花漾花布圖書

4. 中國懷柔影視基地

本參訪團於11月21日上午抵達中國懷柔影視基地，懷柔影視基地是以中影集團電影數字生產基地為核心，透過影視拍攝、聲音錄製、剪接後製、數位特效、影片沖印、動漫、遊戲、廣告製作、設備租借等一系列影視前後期製作生產鏈之服務，整合成為具國際化專業功能聚合型國家級影視基地。基地共分為十二個區域，包括總建築面積達4萬多平方公尺的大型攝影棚區(含16個大小功能不同攝影棚，其中之一為世界第一的5千平方公尺超大攝影棚，約可停放一架波音747飛機)、1萬6千多平方公尺的大型器材服裝道具庫、1萬多平方公尺的置景工作室，大規模數位製作棚區，1萬5千多平方公尺光碟生產工廠。此外，還建有動漫產業試驗區，大型外景拍攝地等。解說員告訴我們，藉由先進的硬體設備、大規模的場地及全方位的服務，基地不但提升了中國電視、電影拍攝及後期製作之技術水平，並得以「帶著劇本來，拿着片子走」的概念，吸引各國團隊前來，從而汲取經驗提升本身競爭力。



考察中國（懷柔）影視基地-導覽員詳細解說



考察中國（懷柔）影視基地-導覽員詳細解說



林科長素霞致贈中國（懷柔）影視基地導覽員文化創意商品-花漾花布圖書

5. 北京數字娛樂產業示範基地

北京數字娛樂產業示範基地位於北京市石景山區，毗鄰中關村和西山風景帶，區內交通四通八達，風景秀麗宜人，光纖遍佈全區、基礎設施十分完善。石景山區率北京之先進行數字娛樂產業試點建設，經過幾年的努力，已形成以小山子研發基地、萬商大廈、雕塑公園、石景山遊樂園、室內主題公園、八大處公園和科技館等為主體、以數字娛樂產品研發生產為核心的數字娛樂產業集聚地，建設全國動漫遊戲產業中心，

引導資源向數字娛樂、文化創意產業流動，迅速形成產業聚集效應，是北京市文化創意產業聚集區，同時又是科技與文化相結合的產業示範區。

本參訪團於11月22日上午抵達北京數字娛樂產業示範基地，由北京市石景山區科學技術委員會副主任段京濤親自接待，段副主任表示，石景山區目前有2個基地：北京數字娛樂產業示範基地及中國動漫遊戲基地，兩個基地的執行單位不一樣，功能亦不相同，基地係由政府機構管理，策略是由政府引導—土地限制使用、市場機制—服務管理。

段副主任表示，基地目前已有3,000多家企業進駐，公司進駐不需特別的條件，基地內並辦理各項培訓課程，培訓的對象以學校教師、企業家俱樂部、創業導師為主，課程包括動畫製作、文化與科技、金融融合等。基地並致力於整合動漫遊戲產業的上、中、下游企業，並以全中國市場為目標，技術委員會以服務前端設計、共通性的智財權保護等為主要業務，石景山區並設置智財權保護局，以提供基地內業者相關諮詢及服務。

石景山區的動漫基地與臺灣漫畫界交流密切，例如辦理第12屆世界漫畫家大會，與臺灣漫畫家有許多互動交流。另外，石景山區的科學技術委員會每年均協助基地內的業者參加臺北的國際禮品暨文具展，2012年參展成果豐碩，更有參展業者獲得國際大廠的高額訂單。



北京市石景山區科學技術委員會副主任段京濤介紹數字娛樂產業示範基地概況



北京數字娛樂產業示範基地進駐廠商介紹

6. 國際版權交易中心

國際版權交易中心是大陸國家級的版權交易中心，地點位於北京市中心的中關村科技園區，也是觀光景點雍和園附近，交通極為便利。本參訪團於11月22日午後抵達國際版權交易中心，由該中心董事長殷秩松親自導覽及介紹該中心的經營理念與現況。

國際版權交易中心是一棟極為現代化的大樓，一樓門廳右側三面牆上，裝置約十部觸控式液晶螢幕，以文字、圖表等方式呈現該中心的營

運目標、策略、服務內容、具體成果等資訊。

中國大陸的盜版情形向來受到國際社會的關注，尤其美國屢屢以 301 條款要求中國採取更積極的策略扼止猖獗的盜版行為，或許為宣示中國打擊盜版的決心，亦或為促使知識創意產業能在有紀律的市場中，創造更高的產值，該中心為民間單位，在政府支持贊助下，於 2009 年 2 月成立了國際版權交易中心，以買方、賣方、中介方外之第 4 方定位，透過「交易服務」（如：掛牌競價服務、網路電子商務等）、「專業服務」（如：版權登記、版權價值評估、版權查證等）及「商務服務」（如：版權展示服務）等方式，試圖建構版權交易平台，維護市場秩序。



考察國際版權交易中心



國際版權交易中心董事長殷秩松介紹文創產業推動情形



國台辦新聞局局長楊毅及副局長兼發言人范麗青盛情款待團員



林科長素霞致贈國台辦新聞局局長楊毅文化創意商品-花漾花布圖書

參、參訪心得(或主要發現)

一、參訪地相關政策分析

中國大陸挾其廣大土地、龐大市場、豐富歷史、充足資金等優勢，對文化創意及影視產業發展確有相當助益，然中央極權的國家是否能提供文創良好的發展環境、相形之下自由民主的臺灣優劣勢為何？以下謹

就大陸影視及文創政策之「規畫面」、「執行面」、「效益面」進行分析。

(一) 規畫面

綜觀中國大陸文化產業的快速起飛，政府運用強勢的政策主導，投入大量資金，配合各種優惠政策，從中央到地方，各級政府風行草偃的配合，是最重要的發展關鍵。以 751D-PARK 時尚設計園區為例，現由北京正東電子動力集團有限公司經營，原址係該公司所屬煤氣供應工廠改建，緊臨 798 藝術特區，管理方面也更嚴謹地以時尚設計等高度創意及研發與設計師進駐為導向，目前約 80 家設計相關廠商進駐。其捨以往吸引觀光人潮及銷售產品為主的園區經營模式，且由於優惠的租金及產業群聚效果顯著，除兩岸三地的廠商之外，甚至國際著名品牌（迪奧）也進駐成立設計中心。

另一考察地點為北京數字（位）娛樂產業示範基地，位於石景山文創園區，原為首都鋼鐵廠舊址，配合工廠退出北京政策，現成為動漫、網路遊戲、媒體教學等數位內容產業園區，由於面積廣大，目前約有 3,000 家廠商進駐，產業群聚效果顯著。

再以懷柔影視基地為例，懷柔影視基地雖位於北京城郊，然其並非似橫店或無錫影視基地，打造等比例古都建築，吸引古裝劇前往拍片或促進觀光為主要目的；懷柔影視基地主要定位為「製作基地」，即集拍攝、製作（如攝影棚 16 處、道具、服裝、美術、器材租借、剪接後製、沖印）

等影視專業廠商進駐，以提供專業設備及大規模場地、專業技術人力為主，可不受拍攝場景及題材限制，頗具吸引跨國影片來此製作之利基，據悉多部美商製作影片在此完成，目前每年可製作 80 部電影、200 小時電視電影、500 小時電視劇。

綜觀之，北京或者大陸其他地方的文創園區挾其優惠的土地及租金，再加以園區面積廣大等優勢，易形成產業群聚及人力磁吸效應。反觀我方現有文創園區，租金優惠、規模及面積均不及大陸，短期內恐難形成研發設計之產業群聚效應。惟因多處都市菁華地段，建議運用此區位優勢條件，更務實地評估以觀光及銷售文創商品產業作為園區發展之功能定位，善盡地利之便，增加大眾接觸文創相關產業之機會，進而提升消費能力及意願。

另參訪地點北京國際版權交易中心，為中國國家版權局支持贊助的民營公司，兼具資訊公開、金融擔保、交易媒合三大平台功能，以買方、賣方、中介方之間的第四方自居，提供交易及金融服務平台，服務對象主要以 B2B 為主，集結提供版權之公司及公協會組織，於其所建立之雲端平台進行交易。自 2009 年開業 2 億元人民幣交易額到第 3 年（2011）總交易額已成長到 10 億元人民幣，目前大陸約有 13 省循此模式加入版權交易共同市場。未來將陸續開發個人版權、文創商品及藝術品交易平台。囿於兩岸政府體制及法規之差異，我國目前尚無法做到擔保、交易平台之功能，至於建置資訊揭露、著作權認證等基礎平台應是近期較可

行的作法，對於提升文創產值具正面效益。

至於中國電影博物館係由中國國家廣電總局與北京市政府合建，以主題展示中國電影發展 100 年、教育及交流、推廣（6 個放映廳）功能，每年參觀人數約 50 萬人次。惟展示風格較偏向傳統以文字、圖表、文物陳列等靜態方式，且典藏、研究功能似較缺乏，相較之下對於專業電影從業人員助益有限。

（二）執行面

這次參訪文創產業基地，可以發現中國大陸在推動文化創意產業的模式，皆以群聚為概念，其推動文創產業係以「文化創意園區」和「博覽會」成為兩大主軸，園區互動成長即是強調提供「群聚」效果的環境。而國外學者的看法也很認同文化創意產業必需以群聚發展。

目前中國大陸各省統計文化創意園區合計約有 543 個園區，形式及特色各異。以中國大陸最具知名度的文化創意園區-北京「798 藝術區」為例(緊鄰 751D-PARK 時尚設計園區旁)，此園土地約佔 10 平方公里，吸引了許多國內外的藝術收藏家與國際知名畫廊進駐，並在此建立品牌，幾百家畫廊、藝術家工作室、策展人辦公室以及咖啡館、酒吧等，在許多國際旅遊刊物中，798 藝術特區已經被列為北京三大旅遊勝地之一，與北京故宮、長城並列。而此次參訪之 751D-PARK 時尚設計園區，則以設計時尚為核心，服裝服飾設計為引領，吸引跨界設計產業進駐或利用，相互激盪創意並成功創造話題，與緊鄰的 798 藝術特區雖各自規劃、發

展，卻又可互相襯托。

而在推動文化創意博覽會方面，經國台辦人員表示，北京從 2006 年 12 月起開辦「北京國際文化創意產業博覽會」，並以「創意、科技、文化」為主題，其內容涵蓋廣播、電視、電影、文化旅遊景點、動漫遊戲、博物館藝術精品等，經由其設計之主題可以發現，中國大陸藉由創意結合科技，以兼容並蓄的方式把生硬的科技產業以及創意發想來帶動文化軟實力。

另在影視產業部分，為提升中國大陸影視製作水準，可發現中國大陸利用提供國外業者優渥條件，吸引國外精英團隊進入，俾利中國大陸業者直接學習國外團隊影視製作才能。以懷柔影視基地為例，此類影視基地所需條件不多，僅需提供足夠空間、並吸引電影製作相關廠商進駐即可，然而當此影視基地建置完備並具知名度，將可吸引國際拍攝團隊前往利用基地資源，促進該影視基地民生消費、國際知名度，且基地內的中國大陸團隊更可直接學習國際拍攝團隊技巧及經驗，精進國內影視團隊實力。

再論電視節目製作，中國大陸對於外來劇進入管制甚嚴，先保有國內業者廣大內需市場。中國大陸電視內需市場中，電視頻道共有 4 級，第一級為中央電視臺，第二級為省級衛視（每個省級電視中有一頻道可上衛星），省級衛視收視群眾為全國觀眾，第三、第四級為市級電視及線級電視，收視群眾為當地民眾。如此層級分明的銷售管道，對電視節目

製作者而言，一樣的節目版權除可在中央電視臺銷售，還可爭取各省級衛視購買，甚至市級電視、線級電視購買；此廣大市場不僅可提供國內製作業者充足經費，更吸引國外業者積極進攻。在此背景下，中國大陸業者順勢以高金尋覓外國具才華之導播（演）、編劇、製作人等私下製作中國大陸電視節目，趁此學習外國節目製播能力，積極成長。

（三）效益面

大陸文化產業的問題，如香港學者徐中孟所言，包括技術和人才的匱乏、東西部的文化產業發展失衡等等。徐中孟指出：大陸政經體制改革落後，導致文化產品的生產和供給能力低於民眾的文化消費需求¹。此外，各類公營的文化經紀單位的產權結構、法人治理結構、分配制度、人事制度等，都還未形成流通的結構模式。民營的文化產業機構，大都規模過小，缺乏人才，資金不足，以致於顯得舉步維艱。惟本次參訪行程，深刻感受到中國大陸在文化創意產業政策推動之企圖心，透過其土地、人力及各項資源優勢，以打造良好硬體環境及先進之設備為基礎，除提供上下游業者完整服務鏈，並吸引國際知名廠商入駐，不僅可創造經濟產值，更重要是有助彼此交流、從中汲取經驗，大幅躍升其文化產業人才素質。

二、與我國相關政策之比較分析

目前中國的文化產業從業人口眾多，但平均素質較低；人力資源豐富，但人力資本缺乏；人才稀少，卻又形成嚴重浪費的情況。此外，中

¹資料來源：建構兩岸文化創意產業新平台 <http://www.npf.org.tw/particle.php?sid=6237&topic=12>

國大陸嚴重缺乏文化產業的經營管理人才，尤其高等教育體制中，文化藝術管理專業幾乎是一片空白。為了培養文化經營管理者，不少單位直接從企業來挖人才，但這種作法只能算治標。

反觀台灣擁有全球華文社會最多元的文化元素和創意活力，無論在原創力或國際行銷方面，都優於中國大陸。文化消費品味相較於鄰近亞洲國家，更能接納歐、美等世界各地的文化產品，形成一種多元活潑開放的文化消費氛圍。

在日前總統府委託「國家文化總會」舉辦的圓桌論壇中，與會者普遍認為，台灣的文化創意產業發展優勢，在於多元的文化背景與自由民主的制度與環境，在整個華人社會中，形成絕無僅有的典範。

文創研究則運用市場營銷的SWOT分析法，得出臺灣文創產業優勢與威脅等分析如下：

優勢 (Strength) :

- 1、自由開放之創作環境，新生代優秀人才，提升文創之創造力。
- 2、藝文活動呈現多元性及多樣性。
- 3、充分且透明的資訊，接受新事物及新觀念的接受度強。
- 4、文創產業可藉由網路科技，多元傳播及結合，蓬勃發展。
- 5、地方文化活動日益增加，民眾對藝文活動參與度高。

弱勢 (Weakness) :

- 1、市場及規模較小，無法以內需市場形成產業，國際市場的競爭力弱。

- 2、文創產業缺乏經紀中介與管理人才。
- 3、智慧財產權未受有效尊重及保護。
- 4、文創產業政策易受政經環境影響，文化界對政策的延續性存有疑慮。

機會 (Opportunity) :

- 1、台灣社會多元開放，可成為華人世界品牌，並促進華人文創產業發展。
- 2、藉由中國經濟崛起，台灣擁有相同語言優勢，帶動文創產業發展。
- 3、兩岸持續和平交流，使台灣文創產業有開拓的空間。
- 4、台灣潛在人才充足，為發展文創產業之基石。

威脅 (threat) :

- 1、中國大陸具有廣大內需市場，易於開拓國際市場。
- 2、中國大陸法令的制約，使台灣文創產業進入大陸有侷限。
- 3、新興國家越來越重視文創產業，許多國家發展文創產業，形成競爭。

肆、建議事項

一、立即可行建議

中國大陸在發展文創產業起步比台灣慢，但其文創產業總產值卻能在短時間內持續發酵，歸納其中原因，最重要應屬群聚效應。而要形成規模經濟，必需先形成群聚效應，目前台灣文創產業整合方面，也成立5大文創園區，在委外經營的同時也應發展各文創園區之特色，才能顯現其效應。

二、中長期建議

文創產業要達到產值化，首要強化內容流通利用能力及著作權與內容認證機制，藉建立著作權資訊公開、評價機制，進而強化智財權中介及資金取得體系。現階段建議以經紀人才及建立著作權認證平台為優先，並規劃建置無形資產評價機制。

綜觀國內各文創產業及各縣市文創園區之經營現況，相較本次參訪地「751 北京時尚設計廣場」高度國際化的程度，我國文創產業普遍有國際化不足、產值較低落之弱點，整體而言，文創產業要達到永續發展、生生不息的願景，其落實的途徑之一在於創造廣大的市場，以獲取高額產值，支撐文創產業上、中、下游從業人才進行創意開發及通路之擴展，但臺灣市場規模較小，文創產值有限，未來建議有系統的培育文創產業國際化人才，以提高國際化程度，擴展國際市場，提升文創產業產值。

伍、參考資料：

(1) 創意：台灣新經濟發展的關鍵競爭

<http://cci.culture.tw/cci/upload/market/20101007112510-5069b339995629637382a8a10dc212bf.pdf>

(2) 發現台灣軟實力在台北

http://tonydreamscometrue.blogspot.tw/2009/03/blog-post_3566.html

(3) 建構兩岸文化創意產業新平台

<http://www.npf.org.tw/particle.php?sid=6237&topic=12>

