

行政院及所屬各機關出國報告

(出國類別：考察)

韓國首爾文創園區考察報告

服務機關：文化創意產業經營學系

職稱職稱：林義斌 助理教授

出國地區：韓國首爾

出國期間：101年12月9日至12月12日

報告日期：102年1月5日

摘 要

韓國政府十分重視文化創意產業的投資、發展和輸出。由於他們具有良好的資訊科技 (information technology) 產業基礎，政府和民間企業一向將 IT 產業和數位內容產業，視為是廿一世紀推動知識經濟及文化創意產業的主核。同時，韓國政府也藉由成立各種輔導機構，投入龐大的經費，協助國內相關產業的升級和加值，並在海外行銷和市場推廣上，扮演重要的角色。

韓國是亞洲地區成功推動數位內容產業國家之一，他們以《Creative + Technology = CT》的數位內容產業為重點，將文化要素匯聚成創意和技術，透過文化內容的開發、製造、生產、流通、消費形成完整的產業鏈。此外，韓國政府也傾國家之力協助數位內容產業的發展，不僅幫企業取得基金、使產業蓬勃發展，並在國際行銷上全力相助，造就今日韓國數位內容產業的國際競爭力。

韓國從一個列強環伺、文化基礎薄弱、以製造代工為主的蕞爾小國，到 2010 年茁壯為全球八大文化強國之一，不僅擁有許多知名的國際品牌和大廠，也藉由數位內容產業的發展，不斷向周邊國家及全世界輸出其動漫、遊戲和流行影視文化。究竟他們是如何辦到的？韓國人的團結、愛面子和剽悍的個性，政府的大力介入和扶持，對於其文化產業的發展有何影響？都是值得我們學習和探討的課題。

目 次

一、 緣起.....	1
二、 目的.....	1
三、 行程.....	2
四、 參訪機構簡介及考察心得.....	3
(一) 數位媒體城.....	3
(二) 首爾設計中心與東大門設計廣場.....	5
(三) 北村.....	8
(四) 清溪川與清溪川文化館.....	9
五、 建議.....	13

首爾文創園區考察報告

一、緣起

本校文化創意產業經營學系多年來與韓國文化產業振興院(KOCCA)密切交流,並曾於2007年在台灣與其合作辦理亞洲文化內容產業交流會談;2008年復邀請文化振興院顧問許旭教授來台參與「文化創意產業前瞻與革新研討會」;2009至2010年間也持續維繫雙邊合作交流。因此,興起赴韓國交流考察的動機。

本(101)年度原擬藉由申請因公派員出席六月底在韓國首爾辦理的《2012 International Culture & Tourism Cooperation Conference》國際會議的機會,同時安排參訪考察首爾的重要文創單位,包括:韓國文化與觀光部、韓國文化產業振興院、數位內容產業發展委員會、國立首爾教育大學等機構,希望藉由深入的參訪考察,達到借鏡韓國的經驗,同時也有助於累積本系文創產業的研發能量,開拓國際視野等目的。

不料事與願違,《2012 International Culture & Tourism Cooperation Conference》因故並未如期辦理,致無法依原訂時間前往。本案經專案簽准變更考察時間,擬改為本(2012)年8月31日至9月2日赴韓國首爾考察,參訪單位也變更為包括:數位媒體城(Digital Media City)、首爾動畫中心(Seoul Animation Center)、流行時尚設計中心(Fashion Design Center)以及本校姊妹校《國立首爾教育大學》等機構;孰料好事多磨,出發前夕接獲緊急通知,韓國部分地區因先後受布拉萬颱風及天秤颱風影響,接待不便,建議延緩行程。因此,再度簽准更改至本年度12月底前執行。

二、目的

近年來,韓國快速崛起的資訊產業,以及價廉又普遍的寬頻網路系統,使韓國躋身資訊強國之列。「韓流」電影、電視劇、音樂、遊戲等數位內容及文化產業,更席捲亞洲各國,蔚為青少年流行文化主流之一。

就在不久前,2008年的全球金融風暴,韓國曾一度被認為可能步上冰島後塵,成為第二個破產的國家。但是,不到一年的時間,局勢就完全逆轉,韓國不僅是OECD卅個會員國中復甦最快的國家;到了2010年,韓國

的人均國民所得竟然高達 21,640 元美金。短短數年之間，韓國的外匯存底從只有 30 多億美元累積到 1,100 多億，位居世界第五；其失業人口也從 6.8% 的將近二百萬人，逐步降到 3.1%；經濟從負成長到成長率居亞洲四小龍之冠。

他山之石，可以攻錯。當世界各國無不對此崛起於東北亞的強勁對手投以好奇的眼光時，韓國究竟如何從 600 多年來接受中華文化影響和薰陶的邊陲小國，搖身一變成為國際上的文化輸出大國？是什麼精神和策略，使一個過去的代工王國，擁有創造流行的能力？韓國文創產業的發展和政策，對於亟欲尋求產業轉型升級的臺灣政府來說，究竟可以有怎樣的啟示呢？

本次考察雖經多次改期變更，也讓我們有時間好好思考，我們考察的目的究竟為何？在有限的時間內，此行究竟要看些什麼？最後，我們針對「文創園區」的概念，挑選了幾個代表性的機構或地點，於 12 月上旬成行參訪，包括：數位媒體城、首爾設計中心、清溪川以及北村等，希望能對臺北市未來推動發展文創產業園區、爭取 2016 年世界設計之都，以及近年來一直被當作政見炒作的新生南北路瑠公圳整治再現等議題，提供一個深思和學習的參考。

三、行程

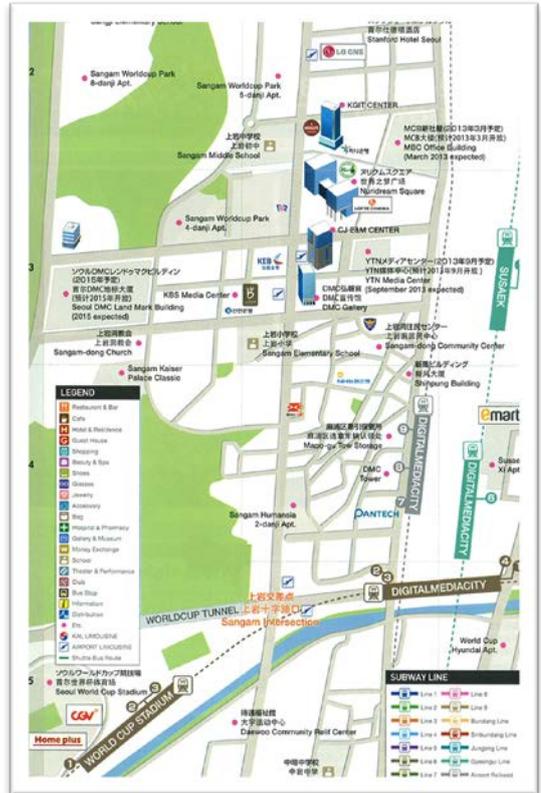
日期	時間	地點	備註
12月9日 (星期日)	09:20-12:45 15:00-17:30	台北/松山→首爾/金浦 ➤ 數位媒體城 (DMC)	宿: SEOUL NEW CHONJI/新天地飯店 (東大門)
12月10日 (星期一)	10:00-12:00 13:00-16:00	➤ 首爾設計中心 ➤ 東大門流行時尚商圈	宿: SEOUL NEW CHONJI/新天地飯店 (東大門)
12月11日 (星期二)	09:00-14:00 14:30-17:30	➤ 清溪川暨清溪川文化館 ➤ 北村	宿: SEOUL NEW CHONJI/新天地飯店 (東大門)
12月12日 (星期三)	12:45-14:30	首爾/仁川→台北/桃園	

四、參訪機構簡介及考察心得

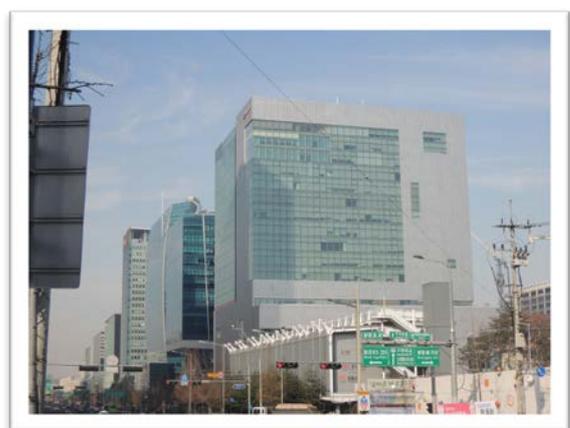
(一)數位媒體城 (Digital Media City, DMC)



↑數位媒體城宣傳館



↑數位媒體城地圖。DMC 是一個以數位影視產業為主的造鎮計畫。
 ←↓數位媒體城市容與街景。



1. 簡介

數位媒體城 (Digital Media City, 簡稱 DMC) 位於首爾麻浦區上岩洞 (angam-do, Mapo-gu), 總面積約 6.6 平方公里, 屬於一個都市更新區或造鎮計畫。

DMC 是一個以數位資訊及文化創意產業為特色的產業園區, 其空間規劃融合中央及地方政府設置之機構, 也包含產業研發、商業購物休閒、文化展示等設施, 包括: (1) 資訊科技及文化創意產業辦公室、產學研究院; (2) 外籍人士商務住宅以及外僑學校; (3) 高科技產業中心; (4) 地標性商業中心, 內含國際旅館、商務中心、會展中心、大型購物中心; (5) 中央資訊部門所設之 IT 複合中心、研發中心、生產及教育中心等; (6) 文化局所設之數位魔法空間、視訊媒體室、後製室、教育中心。

DMC 距離仁川國際機場不到 30 分鐘車程, 有五條快速道路及一條地鐵連結到首爾市中心, 基地周邊還有藍天公園、彩霞公園、以及 2002 年的世界杯體育場館及世界盃公園等娛樂設施。自 2002 年開始開發, 2004 年底陸續有許多廠商進駐, 整個計畫於 2011 年完工。

其實 DMC 的基地, 在 1978 到 1993 年期間, 是首爾市的垃圾掩埋場。到 1990 年以後, 這個地方已經形成一個高 95 公尺、長兩公里、重超過 1 億 2 千萬噸的垃圾山。

1996 年開始, 首爾市政府為了防止整個掩埋地區的擴散所導致的環境污染等問題, 開始著手進行改善計畫。1997 年, 首次在這個地區提出住宅公寓設計的構想, 1998 年又提出一個「新首爾發展計畫」(New Seoul Town Development Project), 然後再演變成「上岩新千禧年城鎮」(Sangam New Millennium Town) 總計畫, 企圖將此地區打造成首爾的第二個產業重鎮。首爾市政府為此計畫, 還特別在產業局成立一個 DMC 科, 專門負責此計畫的推動、執行與基礎建設的建置和行銷等。

數位媒體城的宣傳館從每週一至週六上午 10 時至下午 5 時免費運行。在館內, 較受參觀者矚目的路線是「數位媒體街 (Digital Media Street : DMS)」。在這裡不論生活、文化、辦公等大部分的活動都以「無所不在 (Ubiquitous)」尖端技術作為基礎而開展, 參觀群眾可以

深刻體驗數位科技未來在城市中所展現的面貌。這裡還設置可以利用 3D 圖表和特殊攝影機拍攝的立體影像館，以及自動可調好角度與照度，並能欣賞音樂或無線上網的智慧型路燈「IP - Intelight」；還設有在商務、休閒、教育、居住環境領域結合資訊和文化的未來型無所不在交流空間「Info-Booth」，可以充分體驗遠距治療、遠距辦公、視訊會議等「數位生活 (U-life)、數位學校 (U-school)」和「娛樂」文化，讓人深深體會無所不在的首爾。

2. 考察心得

DMC 是首爾周邊最新、也最具規模的文化產業園區，主要是利用舊有垃圾掩埋場的新造鎮計畫，透過建置一個包括數位資訊科技及文化內容產業的聚落，作為領導韓國影視媒體與經濟發展的重要基地。像 DMC 這種大規模的造鎮計畫，不僅要提供許多公共建設和基礎設施，也要有足夠的辦公空間，並結合相關的產業鏈和人才，才能透過產業集聚 (aggregation) 效應，創新開發出許多新商品、服務和內容，達到產業發展、文化傳承與散播的經濟效益。

韓國人口約有 2,100 萬人集中於首爾市及其鄰近的衛星城市，其教育資源及商業活動也同樣呈現集中的趨勢，因此，DMC 造鎮計畫之後，對於數位內容產業的發展、廠商投資、就業機會及人才培育等，不僅有很大的助益，也能有效紓解都會人口密集的現象。

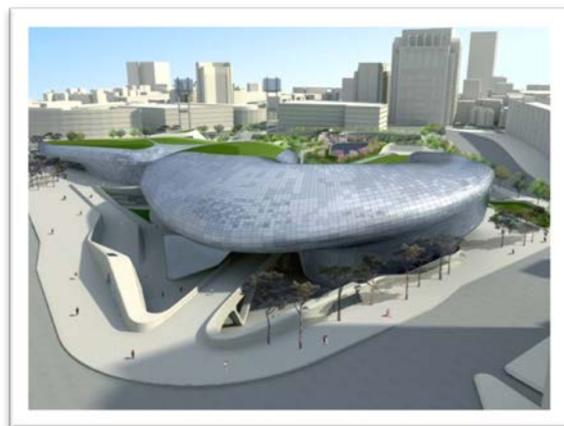
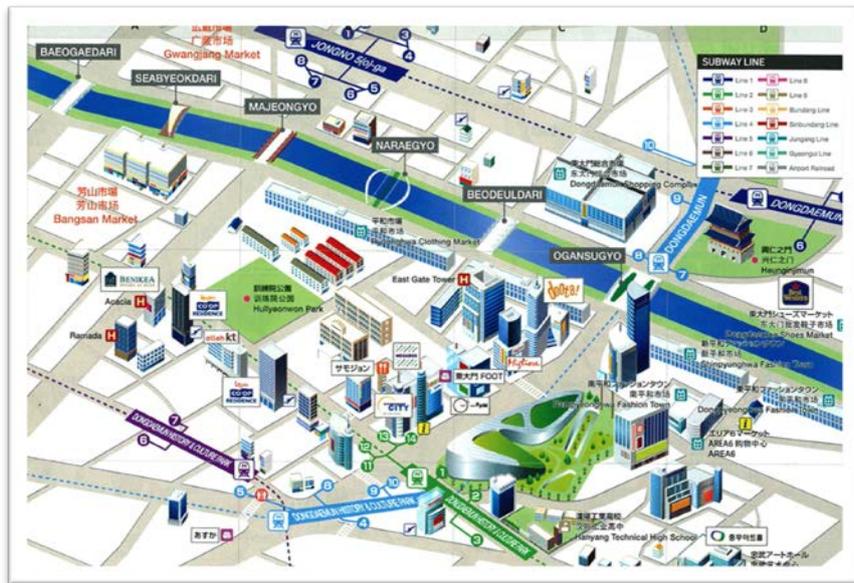
由於韓國政府政策上的支持，首爾市不但成立專案小組和 DMC 專責部門，負責規劃、管理及行銷整個計畫；也透過建構完善的基礎建設和公共設施，並準備充足的基金，都是整個計畫可以推動完成的重要因素。此外，2011 年 DMC 造鎮計畫完成之後，政府不僅將首爾動畫中心等相關產業機構遷入 DMC，許多與文化創意或數位內容產業有關的公部門也陸續遷入，達到有效支援、管理，並擴大產業群聚的效果。

(二) 首爾設計支援中心 (Seoul Design Support Center) 與東大門設計廣場



↑ 首爾設計支援中心位於東大門旁，是首爾獲得「2010 世界設計之都」的幕後功臣

↓ 東大門流行時尚商圈



↑ 知名設計師 Zaha Hadid 所設計、即將完工的「東大門設計廣場 (DDP)」將成為東大門的新地標與首爾觀光、購物勝地

1. 簡介

首爾設計支援中心 (Seoul Design Support Center) 是首爾市政府於 2005 年扶持成立的一個非營利組織 (NPO)，旨在促進設計相關研究，為首爾的設計產業提供全方位的服務。自成立以來，已經為韓國各種設計專案提供許多有力的支援，包括：中小企業扶持、設計政策研究、設計教育、人才培育等，以及如何增強企業的國際競爭力，促進首爾設計產業的發展。

接替李明博擔任首爾市市長的吳世勳，率先提出「設計決定一切」的想法，並將首爾定位成一座「用設計妝點的城市」。吳世勳認為，與眾不同的設計，是首爾躋身世界偉大都市的唯一途徑，因此，他希望透過有品質的城市設計來提高首爾的國際競爭力。

為此，吳世勳組織成立首爾設計中心，並聘請專門的「設計總監」，負責將首爾打造成世界級的設計之都。在全世界藝術精英們的設計之下，首爾整體形象正向藝術化發展。另外，為了增加首爾的整體創意概念，首爾市將「丹青紅」作為城市的標誌性顏色；同時，在文化方面，首爾也正在開發獨一無二的韓語「首爾字體」。另外，首爾市還推出了公共設計和資訊標誌標準化，以及將首爾的自然資源變得更美、更便利的一系列計畫。

近年，首爾設計中心最為人所稱道的，就是幫韓國政府爭取到由國際工業設計社團協會 (ICSID) 所認定並授獎的城市推動計畫：2010 世界設計之都 (The World Design Capital, 簡稱 WDC)，這也是韓國首爾邁向國際設計舞台的一大步。同年，為了表彰首爾市豐富的文化遺產、創新潛能，以及對多元設計政策的不懈追求，聯合國教科文組織 (UNESCO) 也將首爾市納入其「創意城市網絡 (Creative Cities Network)」的「設計城市 (City of Design)」。

興建中的東大門設計廣場 (DDP)，是首爾設計產業的具體表現。DDP 原址是朝鮮時代遺下的唯一古城門，同時也是已有 80 年歷史的棒球場館和傳統的購物商場。

DDP 是由世界著名的英國女設計師、曾獲得 2004 年普立茲建築獎的紮哈·哈迪德 (Zaha Hadid) 所設計，占地約 12 萬平方米，分為地下 3 層和地上 4 層，造價約 2.4 億美元，原預計 2011 年 12 月 26 日竣

工，不過，迄今（2012）年12月參訪期間為止，大約只完成九成。DDP 在外形和功能上都經過精心的設計，其頂部為綠色公園，並包括兩層時裝廣場和地下商場，以及重建的東大門舊城歷史遺址，地下則是與購物商場相通的停車場和購物中心。完工後，預料 DDP 未來將成為首爾建築藝術與流行時尚的核心。

2. 考察心得

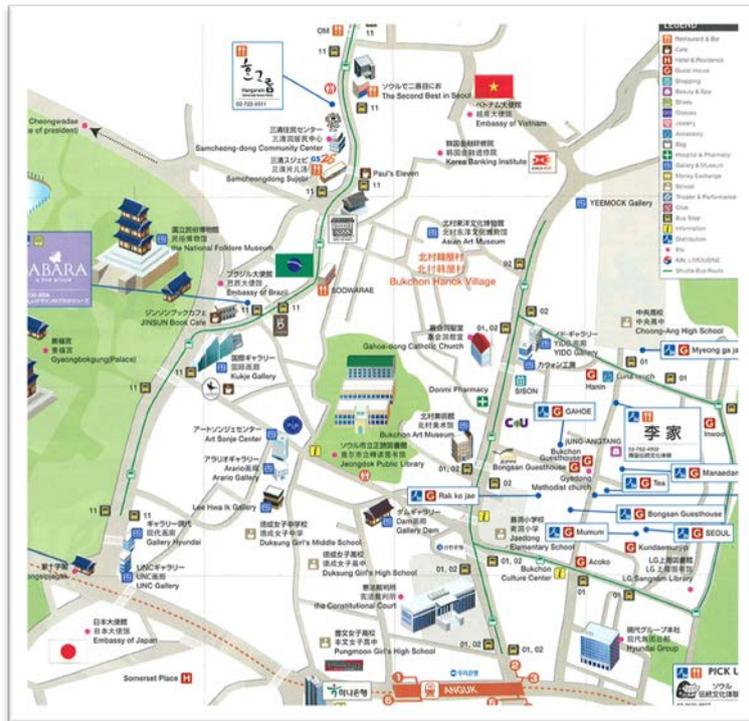
「設計」已經成為首爾的關鍵字，也是城市發展最重要的價值和精髓。首爾的「設計」，不僅指專業領域的工業、藝術設計，更意味著民眾介入對城市面貌的再創造。在歷經數十年的現代化工業發展之後，首爾逐漸從單純注重經濟重建，轉而面對社會文化價值的積極追求。

過去，首爾曾被西方遊客視為「垃圾工廠」；不過，現在的首爾，卻是一座融合傳統與時尚的現代化都市。例如，被稱為建築革命家的世界級設計大師雷姆·庫哈斯（Rem Koolhaas）所設計的商場「普拉達翻轉建築（PRADA Transformer）」、荷蘭建築事務所 UN Studio 建設的「Galleria 百貨商店」、紮哈·哈迪德（Zaha Hadid）設計的「東大門設計廣場與公園（DDP）」等，都不斷為這座城市注入新的設計動力和藝術生機。

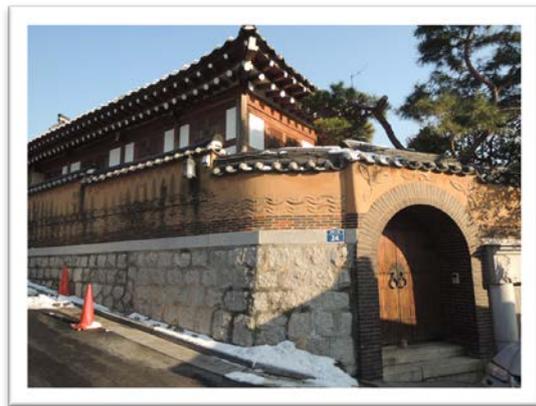
經過一連串的努力之後，包括：2007 年被評選為「2010 世界設計之都（WDC）」、2008 年首爾的「設計奧運」活動吸引將近 200 萬人的參與、2010 年被 UNESCO 評為「世界城市」等，如今，首爾已經成為亞洲的頂級設計城市之一。

臺北市政府近年積極爭取國際工業設計社團協會（ICSID）認定的城市推動計畫「2016 世界設計之都（WDC）」，不過，迄今卻看不到任何具體作為、願景或城市規劃，相對於首爾過去的努力，未來實在令人擔憂。

(三)北村 (Bukchon Hanok Village)



↑北村周遭地圖



↑↓位於景福宮和昌德宮之間的北村，是首爾最重要的傳統民居聚落，保存完好，是觀光客必到的景點。



1. 簡介

因位於古代漢城中心-鐘路與清溪川的北面而得名的北村（Bukchon Hanok Village），是一處保存十分完整的傳統韓屋聚落。北村位於景福宮、昌德宮和宗廟之間區域，是隨同首爾600年歷史一同流傳下來的韓國傳統居住型態建物，曾是權貴世家、王公貴族、士大夫們居住的地方。

緊鄰兩大宮闕（景福宮、昌德宮）之間的傳統韓屋聚落，完善保留各式樣貌的小巷道，從朝鮮時代（1392年~1910年）末期建造的傳統韓屋，到現代風格的建築，北村可以說是保存了韓國歷朝各代完整的民居和建築形態。穿梭其間，不僅可以巨細靡遺地綜覽首爾都城600年歷史的演化和迷人風貌；也不乏許多可以體驗朝鮮時代氛圍的傳統文化體驗館和韓屋餐廳等場所。

2. 考察心得

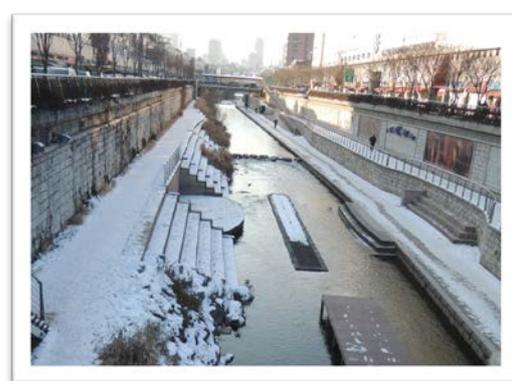
北村是一處適宜步行的小村莊，巷弄小路如迷宮般縱橫交錯、層層疊疊於小山丘間，充滿濃厚的歷史氣息和前人生活的痕跡。首爾市為了把北村建設成具有代表性的文化旅遊勝地，特別指定了八個最佳欣賞地點，稱為「北村八景」，並為遊客設置了拍攝點。

北村許多韓屋雖然經歷漫長的歲月，但仍然受到人們喜愛的原因，主要與老韓屋力求現代化有關。例如，用新木材更換舊木料、安裝雙層門、採用玻璃採光、鍋爐取暖，讓傳統韓屋的生活符合現代便利的生活。特別是最近幾年，北村因依山傍水的自然景觀以及清雅幽靜的氛圍，已經成為韓國政界、財經界及藝術家們最喜愛的居住地，而備受矚目。

行筆至此，突然想不起臺北市及其近郊，究竟有哪個地方可以比擬首爾北村，保有臺灣早期傳統民居、工坊或生活型態的聚落？近年許多遊客到臺灣都特別跑到九份、金瓜石一代，不曉得看過的觀感如何？新北市政府近年將水南洞、九份、金瓜石包裝成「水金九」景點，但是那邊的聚落建築大都是日據時代伴隨著礦業的興衰留下的痕跡，對於臺灣文化、生活型態或歷史來說，是否有足夠的魅力？其實還有待繼續觀察。

(四)清溪川(Cheong Gye Cheon Stream)及清溪川文化館(Cheong Gye Cheon Museum)

↓清溪川流域圖



↑整治前的清溪川是一條加蓋的水溝，作為城市的主要交通道路。路面下的惡臭與高架橋上擁塞的交通，曾是首爾市民的噩夢；整治後的清溪川貫穿市中心主要商業區，不僅滋養生態，也提供市民休憩的場所，已然成為首爾的動脈。

1. 清溪川簡介

清溪川是韓國首爾市中心的一條人工河流，全長 5.8 公里，在匯入中浪川後流往漢江。清溪川於朝鮮太宗時代始建，用以疏導河水，解決當時漢江引起的泛濫問題。

1950 至 1960 年代，由於經濟增長及都市發展，清溪川曾被覆蓋成為暗渠，清溪川的水質亦因廢水的排放而變得惡劣；1970 年代，更在清溪川上面興建高架道路。隨著首爾市的快速發展，沿清溪川高架路地區逐漸成為落後地區，周邊環境惡劣，地下臭水溝臭氣上衝，清溪川一度被外國遊客列為「一定不要去的地方」。

2003 年 7 月，現任韓國總統李明博在擔任首爾市市長期間，決心徹底整治並改變這裡的面貌，啟動清溪川復原工程，不僅拆除清溪高架道路，重新挖掘河道，並為河流美化、灌水，以及種植各種植物，成為美麗的生態河川。此外，該工程又徵集興建多條橋樑，包括：廣橋、長通橋、楊柳橋、兩水橋等 22 座極具特色的橋樑橫跨河道，以及 9 座噴水池等各式造景。2005 年 9 月，復原工程全面竣工，並在當年 10 月 1 日正式開放。

整個清溪川的整治工程總耗資高達 9,000 億韓圓，在 2005 年 9 月完成，現已成為首爾市中心一個主要的休憩地點。清溪川兩旁稱為清溪川路，有著相當著名的「清溪八景」，分別為：清溪廣場、廣橋、正祖大王陵行班次圖、流行廣場、希望之牆、清溪川洗衣台、楊柳溼地、藍天水座，以及清溪高架道路拆除後所遺留的「紀念橋墩」和「隧道噴泉」、利用韓國 8 大行政區代表石材建成的「八石潭」等，都深受遊客們的喜愛。

2. 清溪川文化館

清溪川文化館主體建築為玻璃帷幕，象徵著 2005 年 10 月以嶄新面貌回到人們身邊的清溪川。清溪川文化館設有常設展廳、規劃展廳和用於藝文表演的表演廳等設施，常年展出清溪川的歷史、整治復原工程過程，以及未來的城市願景等。

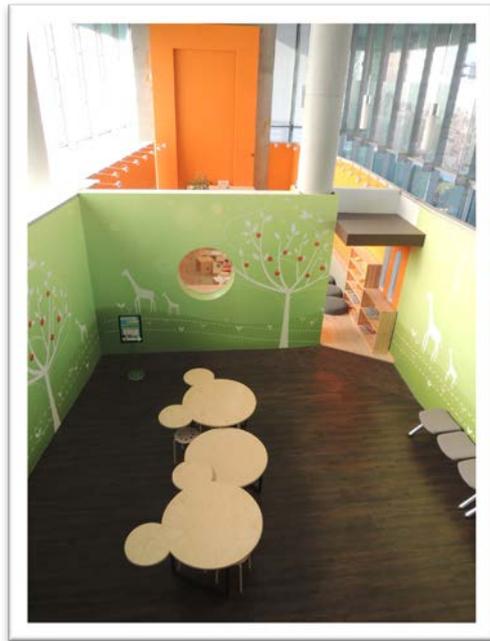


←清溪川文化館外觀

↓文化館對面矗立著60年代清溪川旁破舊的民居，深具惕勵效果



色彩豐富可愛活潑的幼兒教學區→
↓文化館內部採無階梯設計，藉由緩坡引導訪客參觀；內部展示許多有關首爾歷史與市政建設的陳設。



清溪川文化館空間並不大，不過它的參觀動線設計卻很棒，主要是從外部乘坐手扶梯往 4 樓開始參觀，利用斜坡式逐層下降，而不設置任何階梯或樓層間的移動工具，使參觀者可以隨著展出的內容，自然地走到 1 樓並看完所有的展出。

在清溪川文化館的常設展廳裡，參觀者可以按照各個主題階段，瞭解清溪川的歷史。以下簡單介紹展出的清溪川整治工程的幾個階段：

- (1) 清溪川覆蓋之前：利用生動的模型，再現韓戰後清溪川沿岸窮苦百姓的生活。透過模型背後的宣傳短片，可以瞭解朝鮮時代以來清溪川周邊面貌和覆蓋工程當時的情況。
- (2) 清溪川復原之前：清溪高架道路曾是首爾工業化和高速發展的象徵，但隨著時間的推移與城市開發和老化，逐漸顯露出周邊狹小的商業空間所可能發生的安全隱憂等問題。牆面的圖片資料，也真實地再現了復原前貫通首爾市中心清溪一街到九街的高架路及其周邊雜亂的面貌。
- (3) 覆蓋後的清溪川：經過 20 多年時間覆蓋工程的竣工，清溪川已經從首爾市民的視野和記憶中消失。但是，覆蓋道路底下的污染、惡臭和隨時可能塌崩的危險，不斷提醒人們清溪川的呻吟。展場中也再現廣通橋下、清溪川復原前覆蓋在道路底下黑暗的氛圍。
- (4) 清溪川復原工程：經過充分考慮復原工程期間可能發生的諸多問題，並找出應對策略和準備工作之後，首爾市以最大限度降低危害的方案，展開復原工程。透過圖片、影視資料和模型，清楚記錄復原工程的進行過程。
- (5) 清溪川的自然生態：從都市中消失已久的動、植物，隨著清溪川的復原再度回到人們身邊。透過清澈的河道以及逐漸完善的生態系統，清溪川沿岸帶給首爾市民都會中難得的自然情趣。
- (6) 清溪川復原後：2005 年清溪川復原後，其周圍面貌日新月異，未來，首爾市也將持續的管理、維護，促使首爾市更加均衡的發展。透過欣賞市中心衛星照片和首爾市周邊地區管理規

劃以及清溪川周邊維護規劃方案，我們似乎可以想像首爾市中心的未來願景。

- (7) 漢陽的成立和清溪川：清溪川的復原，是一種對當時漢城成立之初開始討論的城市結構的恢復。透過朝鮮時代太宗和世宗、英祖和正祖之間的對話，可以瞭解清溪川的由來和意義，以及當時貫通漢城而流的清溪川的問題及其解決方案，展現出對歷史的責任和回顧。
- (8) 清溪川相關資料：此處展出首爾17世紀到19世紀的古地圖，可以了解朝鮮時代漢城的面貌。
- (9) 清溪川的生活和文化：朝鮮時代以來，清溪川留下了很多歷史悠久的橋樑。在這個展區，文化館將水標橋等清溪川上重要的5座橋樑和水標，以及過去清溪川沿岸的面貌，製作成模型展出。
- (10) BACK TO A FUTURE - 清溪川旅遊：這是一段約5分鐘的清溪川旅遊宣傳片，可以像翩翩飛舞的蝴蝶般俯瞰清溪川全流域。
- (11) 清溪川迴響：最後，遊客可以在宣傳片中魚兒游來游去的蓮池邊小憩片刻，感受恢復成首爾市中心自然生態區的清溪川。此外，遊客在攝影區也能透過合成技術，以清溪川上22座橋樑為背景進行拍照留念。

2. 考察心得

清溪川不僅改造了城市景觀，為市民提供了休閒場所，帶動兩岸的經濟發展，變成一條「清溪」且名符其實的自然生態河流。根據報導資料指出，在整建前清溪高架道路四周溫度高於首爾全市平均氣溫5°C以上；現在則低於全市平均氣溫3.6°C，可以有效調節都市高溫。

清溪川成為親近大自然的都市公園，也為首爾的文化歷史和都市建設留下重要的一章。此外，德壽宮、首爾廣場、世宗文化會館、仁寺洞大街、昌德宮、昌慶宮等著名旅遊文化景點，也都位於鄰近清溪川沿岸一帶，有效帶動首爾觀光產業的匯聚和人潮。

新生南路是臺北市主要的南北向道路之一，係利用早期瑠公圳第二幹線圳（特一號排水溝）加蓋後，與溝渠兩側6米寬道路所設置。

臺北市政府都市發展局曾提議要將新生南北路縮小路幅，仿造首爾清溪川計畫，拆除溝圳上方的道路與橋樑，以再現瑠公圳的構想。不過，這幾年來都沒有下文，不曉得是臺北市的交通問題嚴重於韓國首爾，還是我們的政府魄力不夠，或是這些充滿願景的想法，只是政客們選舉綁票的口號。

五、建議

十多年前，韓國為改善經濟困境，將文化創意產業列入國家發展的核心產業與政策，重點發展電視、電影、動漫及遊戲產業，每年舉辦世界性電玩遊戲比賽，造成電玩遊戲產業蓬勃發展，連帶周邊產業商品的經濟效應，最後，成為一股勢不可擋的「韓流」襲捲全球。

韓國文化創意產業所以有傲人的成績，主要在於政府全力支持，結合民間企業的力量，跳脫官僚行政體系的束縛，營造文化創意產業發展的整體環境。同時，韓國政府也藉由成立各種輔導機構，投入龐大的經費，協助國內相關產業的升級和加值，並在海外行銷和市場推廣上，扮演重要的角色。

值此國內文化創意產業發展方興未艾之際，韓國的經驗和做法，確實值得我國政府學習與借鏡。政府重點扶值的產業，應選擇國內市場已經開始啟動、有一定規模的消費人口與從業人口的產業，順循市場趨勢投以資源，較能收事半功倍之效。

韓國的經驗顯示，由於他們具有良好的 IT (Information Technology) 產業基礎，政府和民間企業一向將 IT 產業及數位內容產業，視為是廿一世紀推動知識經濟及文化創意產業的主力核心。臺北市目前已有內湖科技園區和南港軟體園區的基礎，建議政府應及思考並慎選重點扶植產業，發展具有臺北市城市特色的文化創意產業。

