

出國報告（出國類別：考察）

# 2010 年大陸地區文化創意產業 交流考察報告書

服務機關：行政院文化建設委員會

姓名職稱：副主任委員李仁芳等

派赴國家：大陸上海、景德鎮、杭州

出國期間：99 年 7 月 29 日至 8 月 6 日

報告日期：99 年 9 月 16 日



# 目 錄

|   |     |
|---|-----|
| 考察團團員名單                                 | 5   |
| 壹、 計畫目的                                 | 6   |
| 一、計畫緣起                                  | 6   |
| 二、計畫目標                                  | 6   |
| 貳、 考察行程暨報告分工                            | 9   |
| 參、 考察報告                                 | 11  |
| 琉璃工房                                    | 11  |
| 上海張江動漫谷－河馬動漫設計有限公司                      | 17  |
| 上海張江動漫谷－動漫博物館                           | 23  |
| 田子坊藝術園區                                 | 29  |
| 上海創意產業中心（1933 老場坊）                      | 33  |
| 上海新天地                                   | 41  |
| 景德鎮法蘭瓷廠區                                | 45  |
| 景德鎮國際陶瓷博覽會組委會交流                         | 51  |
| 景德鎮陶瓷學院、景德鎮陶瓷歷史博覽區、陶瓷博物館<br>、御窯廠、瑤里古鎮區等 | 53  |
| 國家文化產業創新與發展研究基地                         | 61  |
| 上海世博會－臺北館                               | 69  |
| 上海世博會－世博會博物館、城市足跡館、中國各省聯合<br>館          | 75  |
| 上海世博會－臺灣館                               | 81  |
| 上海世博會暨杭州宋城定目觀光劇                         | 85  |
| 上海世博會－歐洲館區義大利館                          | 89  |
| 杭州浙窯創意園                                 | 99  |
| 絲聯 166 創意產業園區                           | 103 |
| 浙江省文化藝術交流促進會交流                          | 107 |
| 杭州良渚博物院                                 | 109 |
| 浙江省博物館（武林館）                             | 113 |

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 宋城文化主題公園        | 117 |
| 西溪國家濕地公園、創意產業園區 | 119 |
| 杭州濱江動漫基地        | 125 |
| 白馬湖生態創意園區       | 129 |

# 2010 大陸地區文化創意產業交流考察團

## 團員名單

| 編號 | 姓名  | 性別 | 單位名稱／職務                       |
|----|-----|----|-------------------------------|
| 01 | 李仁芳 | 男  | 行政院文化建設委員會／副主任委員              |
| 02 | 高明秀 | 女  | 行政院文化建設委員會 主委辦公室／專門委員         |
| 03 | 劉奕權 | 男  | 行政院第六組／組長                     |
| 04 | 馬湘萍 | 女  | 行政院曾志朗政務委員辦公室／秘書              |
| 05 | 方芷絮 | 女  | 行政院文化建設委員會第一處／處長              |
| 06 | 王定亞 | 男  | 行政院文化建設委員會第一處／科長              |
| 07 | 林御翔 | 男  | 行政院文化建設委員會第一處／專員              |
| 08 | 鄧倚欣 | 女  | 行政院文化建設委員會第一處／科員              |
| 09 | 徐小芳 | 女  | 行政院文化建設委員會第一處／助理研究員           |
| 10 | 周彥汝 | 女  | 行政院文化建設委員會第三處／科長              |
| 11 | 賀豫惠 | 女  | 國立臺灣工藝研究發展中心典藏及資訊組／組長         |
| 12 | 李家珍 | 女  | 國立臺灣工藝研究發展中心／技佐               |
| 13 | 邱正生 | 男  | 文建會文化創意產業專案辦公室／副主任            |
| 14 | 葉昇宗 | 男  | 文建會文化創意產業專案辦公室／經理             |
| 15 | 劉恆元 | 女  | 文建會文化創意產業市場流通及拓展計畫／行政總監       |
| 16 | 陳甫彥 | 男  | 臺灣文創發展公司／總經理<br>淡江大學大眾傳播系兼任講師 |
| 17 | 陳春霖 | 男  | 財團法人沈春池文教基金會秘書長               |
| 18 | 鄧安琪 | 女  | 財團法人沈春池文教基金會企劃專員              |

# 壹、計畫目的

## 一、計畫緣起：

當前兩岸政策的開放，為兩岸文化交流營造出更寬廣的空間。中國大陸也正積極推動文化創意產業的發展，與臺灣形成競爭與合作關係，文化交流亦是北京下一波對臺政策的重點。文化創意產業是走出金融危機的先導產業，大陸地區積極於各省發展文創產業，同時又擁有廣大的市場，如能充分了解其區域發展特色及掌握市場情報，對於我國文化創意產業的發展將有實質助益。爰此，本年度大陸地區文化創意產業交流考察計畫規劃參訪上海、河南省及江西省等重要文化創意城市，除進行交流外，期瞭解臺灣標竿文創業者在大陸推展情形，以推進兩岸文化創意產業合作可能機制。

2010 年中國大陸的最大盛會上海世界博覽會，展現「城市讓生活更美好」—城市多元文化的融合、城市經濟的繁榮、城市科技的創新、城市社區的重塑，城市和鄉村的互動等各項主題。世博會於 5 月 1 日揭幕，會期至 10 月 31 日結束（共計 184 天）。是今年中國大陸境內最大的社會流動、內需消費、經濟發展關聯事件。同時，也是有史以來「距離臺灣最近」的世博會。

聯合國「創意城市網絡」致力於發揮全球創意產業對經濟和社會的推動作用，促進世界各城市之間在創意產業發展、專業知識培訓、知識共享和建立創意產品國際銷售渠道等方面的交流合作，目前分為設計、文學、音樂、民間藝術、電影、媒體藝術、烹飪美食等 7 個主題，<sup>1</sup>上海即是第七個以「設計」為主題的創意城市，為本次參訪停留的重點城市。

文化演出所帶動的文化觀光產業產值，是「城市行銷」非常重要的項目，可綜觀、打造文化觀光的「品牌延伸效應」。這種為城市向外行銷所特別打造的長期性定點活動不僅凸顯城市特色，更連動周邊產業發展，成為有別於其他城市且具吸引力的品牌價值，才能擴展新目標族群的吸引力，並以產業化規劃引爆消費需求。河南地區成功的園區大部分是與文創觀光結合，爰規劃參訪其文化旅遊創意產業在特定空間的集聚構成文化旅遊創意產業園區。例如：<sup>2</sup>河南省嵩山少林寺。近年來兩岸文化創意產業都有長足發展，比如兩岸民衆耳熟能詳的影片《非誠勿擾》、《海角七號》除票房大賺以外，都帶動了拍攝地旅遊的發展。此外，江西省景德鎮堅持突顯「瓷」品牌，將文化優勢轉化為產業優勢，以陶瓷歷史文化博覽區、古窯、珠山明清禦窯遺址等陶瓷文化

---

<sup>1</sup>目前，上海創意產業已形成研發設計、建築設計、文化傳媒、諮詢策劃和時尚消費等五大創意產業門類。

<sup>2</sup>大陸河南省將建立「河南省文化產業項目庫」管理各個項目的動態。其中特別針對少林武術、溫縣太極拳、鎮平玉雕、濮陽雜技、禹州鈞瓷等基礎項目進行規劃，其他在河南境內獨特的文化資源包括：舞劇《太極》、大型樂舞《風情河之南》、大型漢字服裝舞蹈劇《漢字霓裳》、大型實景演出項目《君山追夢》和《洛神》，或是洛陽唐三彩、開封汴繡等河南傳統工藝產品，打造當地特有的文化品牌。

旅遊景點為基礎，大力發展文博旅遊事業。以陶瓷文化為載體，景德鎮市文藝專業劇團開發了瓷都特色的「瓷樂」表演，形成「景德鎮—瓷都—瓷樂」文化品牌鏈。

近年臺灣文創品牌與大陸的合作也愈來愈深化。以法藍瓷為例，早年其到景德鎮投資時，被告知「景德鎮」是一個品牌，不是任何廠商產品都能掛；但隨著法藍瓷品牌知名度愈來愈高，在專業對等下，法藍瓷與江西省景德鎮採雙品牌策略。2008年9月，法藍瓷景德鎮園區更正式經由中國國家文化部審查認可，被選定為「國家文化產業示範基地」，故列入本計畫參訪點。

隨著兩岸文化交流及產業市場發展，臺灣文創業者愈來愈不可忽略與大陸的競合態勢。上海世博會更是兩岸文創業展現合作效應的舞臺，共同成為新世紀的文創贏家。臺灣應該吸納大陸的市場和資源，為臺灣文創產業的發展開創新局。

## 二、計畫目標：

- (一) 參訪中國大陸文化創意產業政策發展環境進行交流和討論，瞭解臺灣標竿文創業者在大陸所需各項服務、推展與權益保護等事務，推進兩岸文化產業合作，建立兩岸文化交流合作機制。
- (二) 實地瞭解中國大陸從文化觀光產業發展完整的地方產業發展規劃與配套措施，周邊食衣住行育樂產業的點、線、面之間串聯為區域經濟概念。
- (三) 藉由瞭解中國大陸文化創意產業政策所遭遇的問題，為我國提供一個實驗、探索、總結經驗甚至汲取教訓的平臺。





## 貳、考察行程暨報告分工

| 日期                   |        | 參訪活動內容                              | 地點  | 報告<br>撰寫人 |            |
|----------------------|--------|-------------------------------------|-----|-----------|------------|
| 第 1 天<br>7/29<br>(四) | 上午     | 臺北飛上海                               | 上海  |           |            |
|                      | 下午     | 琉璃工房（與臺灣業者對話）                       |     | 賀豫惠       |            |
|                      | 晚間     | 上海文化聯誼會交流（註：上海文廣局）<br>外灘            |     |           |            |
| 第 2 天<br>7/30<br>(五) | 上午     | 河馬動漫設計有限公司<br>動漫博物館                 |     | 徐小芳       |            |
|                      | 下午     | 田子坊藝術園區                             |     | 高明秀       |            |
|                      |        | 上海創意產業中心（1933 老場坊）                  |     | 李家珍       |            |
| 晚間                   | 上海新天地  | 王定亞                                 |     |           |            |
| 第 3 天<br>7/31<br>(六) | 上午     | 上海飛景德鎮<br>法藍瓷廠區（與臺灣業者對話）<br>景德鎮陶瓷學院 |     | 景德鎮       | 鄧倚欣        |
|                      | 中午     | 景德鎮國際陶瓷博覽會組委會交流（當地政府<br>執司單位）       |     |           | 沈春池基<br>金會 |
|                      | 下午     | 景德鎮陶瓷歷史博覽區<br>陶瓷博物館                 | 鄧倚欣 |           |            |
| 第 4 天<br>8/01<br>(日) | 上午     | 瑤里古村                                | 鄧倚欣 |           |            |
|                      | 下午     | 繞南陶瓷主題園區                            |     |           |            |
|                      |        | 汪湖生態園區                              |     |           |            |
| 晚間                   | 景德鎮飛上海 |                                     |     |           |            |
| 第 5 天<br>8/02<br>(一) | 上午     | 「國家文化產業創新與發展研究基地」（座談）               | 上海  |           | 沈春池基<br>金會 |
|                      | 下午     | 上海世博會浦西園區<br>下午/城市足跡館、世博博物館、少林功夫劇   |     |           | 林御翔        |
|                      | 晚間     | 臺北館(城市館)                            |     | 葉昇宗       |            |

| 日期                   |    | 參訪活動內容  | 地點  | 報告<br>撰寫人  |
|----------------------|----|---|-----|------------|
| 第 6 天<br>8/03<br>(二) | 上午 | 上海世博會浦西園區<br>中國館(國家館)、大陸省市館(中國館內另區)、<br>城市地球館 | 上海  | 林御翔        |
|                      | 下午 | 臺灣館、世博軸(核心設施)、城市之窗」(主題<br>秀)                  |     | 周彥汝        |
|                      | 晚間 | 歐洲館區 (義大利館)                                   |     | 徐小芳        |
| 第 7 天<br>8/04<br>(三) | 上午 | 由上海經陸路到杭州                                     | 杭州  |            |
|                      | 下午 | 浙窯創意園<br>絲聯 166 創意產業園                         |     | 徐小芳        |
|                      | 晚間 | 浙江省文化藝術交流促進會交流                                |     | 沈春池基<br>金會 |
| 第 8 天<br>8/05<br>(四) | 上午 | 良渚博物館   |     | 林御翔        |
|                      | 下午 | 浙江省博物館 ( 武林館 )<br>宋城文化主題公園                    |     | 李家珍        |
|                      | 晚間 | 觀摹「宋城千古情」演出                                   |     | 周彥汝        |
| 第 9 天<br>8/06<br>(五) | 上午 | 杭州西溪創意產業園區<br>西溪國家濕地公園                        | 高明秀 |            |
|                      | 下午 | 杭州濱江動漫基地<br>白馬湖生態創意園區                         | 李家珍 |            |
|                      | 晚間 | 由杭州飛返臺北                                       |     |            |

# 參、考察報告

## 琉璃工房

撰寫人：賀豫惠

時間：99 年 7 月 29 日

地點：上海市閔行區七寶鎮華中路 488 號

### 一、目的：

琉璃工房自 1987 年成立至今，已歷經 23 個年頭，持續的傳播玻璃藝術創作的理念和方法，創作出有現代中國文化風格的作品，當今已是華人世界最大的琉璃藝術品牌。此次參訪除參訪琉璃工房整個作業流程外，並藉由座談與討論了解琉璃工房在中國大陸發展歷程、研發策略及經營理念。

### 二、過程：

#### （一） 琉璃工房概述：

##### 1. 成立時間：

「琉璃工房」為 1987 年成立於臺灣淡水的第一個琉璃工作室。

##### 2. 草創時期投資額：

當時預計的投資總額是十五萬元台幣，然而一年半之後，然而因為沒有經驗的結果，不斷摸索與測試，費用暴增了將近一百倍，三年半後，投注金額高達七千五百萬台幣。楊惠姍個人的資產耗盡以後，開始抵押房產貸款，再抵押父親、兄弟房產，由於對於創作琉璃藝術的堅持，造就今日不凡之成就。

##### 3. 營業據點：

1987 年成立至今，包含臺灣、中國大陸、香港、澳門、新加坡、馬來西亞、美國，2008 年美國三藩市、紐約兩大藝廊開幕，另直營 70 家藝廊，遍佈全球。

##### 4. 負責人：楊惠姍、張毅

##### 5. 員工數：以上海廠為例，約有 700 多位員工，臺灣人約 70 位。

##### 6. 主要技法：

- （1）一般製作玻璃的吹製琉璃技術，無法滿足琉璃工房對中國文化風格的創作基礎技術，為符合中國藝術的寫實繁複造型的特色，琉璃工房放棄了普遍在臺灣的吹製琉璃技術，全力發展「琉璃脫臘鑄造」技法。該技法基本上和中國商周的脫臘鑄造青銅是一樣的道理，它提供了百分之百的雕塑性造型可能，目前中國琉璃產業在技法上的基礎多來自琉璃工房淵源。
- （2）脫臘鑄造類別：主要有文鎮類、飾品類、杯祭碗類、佛像類、器皿類、生肖類、磚類、尊鼎類、典故神獸類、自然類、生活類…等等。每件作品十

二道工序，六至八個月的精工細作，每道工序都不能有任何失誤，否則易使作品碎裂、或產生不規則氣泡或雜質。

7. 主要產品：

- (1) 收藏品系列 (生產時期 1987~2010)
- (2) 生活用品系列 (生產時期 2000~2010)
- (3) 項鍊系列 (生產時期 2000~2010)

8. 限量概念：

由於一件琉璃作品上市之前，至少經過六個月到八個月以上的設計、企劃與製作的過程，皆是難以預估的投入，如以利潤主導一切的量產製造模式，則違背琉璃工房的「創作意識」和「大我關懷」，故琉璃工坊並率先提出限量的概念，並要求對作品負責且須不斷投入心思，以創作出更多優質作品。

9. 相關殊榮：

超過 20 件的作品，榮獲世界最知名博物館的永久收藏、應邀至超過 30 個國家和地區展覽、更獲邀赴美國康寧玻璃博物館授課，是該館首位華人藝術家教授、全世界至少有 32 位國家元首，接受過作為贈禮的琉璃工房作品、曾選入奧斯卡及艾美獎頒獎盛典禮籃、上海世博中國館正式永久典藏琉璃工房創始人楊惠珊所創作的「千手千眼千悲智」，以及張毅的「千一自在」琉璃作品。

10. 異業結合：

- (1) 2008 年 9 月 1 日與投影機大廠奧圖碼科技以 1.8 億和琉璃工房合併，琉璃工房持有 22.5% 的新公司股權，同時進軍華人社會之外的國際市場，含北美、歐洲及中東，至今全球超過 70 個據點。
- (2) 由楊惠珊擔任琉璃奧圖碼的創意總監，此舉不僅提高科技產品的價值，也創造流行話題，是臺灣首樁科技產品結合時尚，開發科技精品，成功的將臺灣品牌帶到全世界。

(二) 實地參觀：

主要參訪廠區內部空間規劃、實際流程、工作情形等，包含設計、製造、上市、行銷等，另亦參訪員工休憩及會議空間，由楊惠珊小姐親自一一解說，並實地示範琉璃之製程。

(三) 座談重點摘要：

1. 琉璃的三項主要精神：

(1) 中山靖王琉璃耳杯：

河北省滿城縣中山靖王劉勝墓裡，著名的金縷衣旁，兩隻十三點五公分的琉璃耳杯，據推測可能是中國現存的最早的以脫臘鑄造的高鉛玻璃，距今至少兩千一百年。成為琉璃工坊一個文化情感的歸屬象徵，同時是一個永遠不斷創作和學習的提醒。

(2) 身如琉璃，內外明徹：

琉璃工坊許多作品含有佛像、生命、文化傳承等概念，楊惠珊女士以《藥師琉璃光如來》：「願我來世得菩提時，身如琉璃，內外明徹」這句話作為創作內涵與概念，以詮釋人是應該沉靜而無私，表裡如一的，希望藉由作品傳達智慧、慈悲與對他人互動的關係，並在作品附上說明文，藉以傳達創作概念與欲表達之訊息，這樣的模式，在「溝通」上的成功，已成為海峽兩岸超過百家工作室沿用的模式，16年後，琉璃工坊歸納了以下對作品的定義：「不斷的創造鼓勵人心的作品」。

(3) 彩雲易散琉璃脆：

白居易「彩雲易散琉璃脆」，談到生命無常的概念，與前述的「身如琉璃，內外明徹」略有不同。因為玻璃的核心特質就是「脆弱與易於破損」，對於全世界的玻璃藝術家而言，很少人去探討到這一區塊，觀察全世界的藝術玻璃，是否得以轉化為藝術家概念，並探討當離開成為一個品牌，而某個程度是社會傳播的工具，這就是楊惠珊作一個玻璃藝術家的責任，希望用最簡單的方式貫穿重點。

2. 技法分享：

琉璃工坊經過 20 多年的努力，不斷研究與改良「琉璃脫臘鑄造」技法、工序、製作流程與機具設備，終於具有現今規模，對於人才培育與技術推廣亦不遺餘力，且樂於公開與分享。

3. 未來危機與發展：

- (1) 三年前中國最大的淘寶網站希望與琉璃工坊合作成立一個專屬網站，但發現淘寶網站內已有 23 家琉璃工坊，但沒有一家與琉璃工坊有關係。
- (2) 溫州有一家做琉璃的工廠，有 12,000 千多位工人，對琉璃工坊而言，如何永續經營，係作為琉璃產業需要探討與面對的一個沉重的問題。
- (3) 目前琉璃工坊一項重要任務即是整理與找尋未來要面對什麼樣發展，但對一個從臺灣來的琉璃產業而言，發展至今，能在田子坊設置琉璃藝術博物館，並成為目前重要觀光亮點，且能在中國大陸經營獲得友善的認同，是目前值得安慰的地方

4. 琉璃工坊已成通用名詞：

目前許多玻璃產業皆命名為「○○琉璃工坊」，似乎成為一個通用名詞，當時琉璃工坊以「琉璃工坊」在美國申請商標未經核准，原因即是美國表示「琉璃工坊」已是一個通用名詞。

5. 產值：

琉璃工坊的營業額在穩定中成長，2010 年希望能達到新台幣 13 億元，2011 年新台幣 14-16 億，2014-2015 年新台幣 30 億元。琉璃在發展過程中，類琉璃的物品隨處可見，令人擔心的是，如果有新作品上市，在上海過兩天後即可在地攤上有類似的作品，在臺灣亦曾看到與琉璃工坊一模一樣的作品在在桃園國際機場精品區販售，這對於設計與文創產業的開發是讓人憂心的。目前產值與業績對琉璃工坊而言僅是一個數字，文化創意產業或工藝美術的生產成為廉

價作品，人力與財力投入到不合理的產業，加速產業走向末路，才是讓人擔憂之事。

6. 對於員工的教育訓練：

從事文化事業生產的人，如果對人冷漠沒有熱情，則無法呈現「深入人心的文化價值」因此琉璃工坊重視員工的禮貌與品德教育遠勝於技術上的訓練，教育員工對他人的關懷，養成問候習慣，文化產品事業與產品要從心裡開始。

### 三、心得及建議：

(一) 對於琉璃藝術的專業與執著：

琉璃工坊堅持理念並不斷創新，是所有從事藝術創作最好的典範，對於失敗所累積起來的寶貴經驗，琉璃工坊也樂於分享其他同業共有，這種無私的精神，反應在作品上，更顯的彌足珍貴。

(二) 量產的迷思：

琉璃工坊每件作品均須經過繁複工序與時程才能完成，且不妥協於目前講求量產製造、低成本高產值的迷思，堅持以完美的作品呈現，最後終於獲得各界認同與肯定。這也給予本中心所推動的工藝時尚 Yii 品牌一個最好的借鏡，量產與產值的危機有可能帶來削價競爭，降低品質，以限量方式進行，才能獲得最佳的優勢。

(三) 臺灣的生命力：

在上海深耕十六年的琉璃工房，因為堅持與努力，最後的成功讓全世界更能看見臺灣的能量，藉助他們在各專業領域的知名度與影響力，向全世界的觀眾推介臺灣。

(四) 品牌的形塑：

品牌即是品質的保證，琉璃工坊經由長時間的累積，一步一腳印的由點、線、面去拓展市場，始終堅持良好的品質與特有的文化內涵呈現，產品在市場上獲得良好的評價並建立屬於自己的品牌，由品牌創造消費者對產品的認知價格，直接的提昇琉璃工坊產品之價值。



廠區外觀



楊惠珊示範細部修飾



員工製作精細模型



去除石膏模具



楊惠珊親自示範琉璃燒製



楊惠珊親自示範金箔貼製





燒製爐具



水刀修飾作品



座談會



座談會



# 上海張江動漫谷－河馬動畫設計有限公司

撰寫人：徐小芳

時間：99年7月30日

地點：上海張江動漫谷

## 一、目的

上海張江動漫谷於2008年7月掛牌成立，預計5-10年時間集聚200家動漫相關企業，並讓動漫及相關產品產值突破人民幣50億元。上海市意旨透過「動漫谷」的成立，能整合配置市內各類型與動漫產業發展相關聯之資源，聚集動漫作品及衍生產品的製作、研發、傳播、展示和銷售等企業；建立具有較高資源分配效率以及與國內外市場高度接和的動漫產業基地，增強上海動漫產業的整體競爭力，進而輻射和聯動長三角區域。

「動漫谷」預期將充分發揮集聚、孵化、研發、信息、展示等功能，依託炫動卡通、今日動畫、靈動卡通等一批動漫產品和衍生產品的制作、研發、傳播、展示和銷售企業，同時已完成建設大型現代動畫博物館和漫畫博物館為抓手，建立擁有原創、策劃、經紀以及觀光體驗等完整產業鏈的動漫主題文化創意產業集聚區。

經過三年多的探索，張江基地已聚集了20多家積極發展以原創為核心的動漫企業，這些企業同時已經與部分網游公司、文學原創網站、各類動漫衍生產品設計、製作、銷售企業以及動漫會展專業組織機構緊密合作，已形成日趨完整的動漫產業鏈，先發優勢及前景皆是一片榮景。

在此上海世博會辦理之際，上海動漫博物館2010年4月於浦東張江高科技園區文化產業核心地帶「動漫谷」落成，並於7月開始正試運營，讓動漫谷之未來發展更顯完備。此行除參觀動漫博物館，亦拜會位於張江動漫谷的河馬動畫設計有限公司，以期能瞭解張江動漫谷的規劃以及與動漫相關企業之發展模式。

## 二、過程

### （一） 公司概述：

上海河馬動畫設計有限公司成立於2006年，擁有優秀的3D製作人才，國際頂級的MOCAP技術設備——VICON MX40，並擁有與世界同步的經營管理模式，及豐富的市場運作經驗，公司致力於新媒體內容開發，以3D內容創作為基石，VR製作、領先的Mocap技術背景為突破口，在蓬勃發展的市場環境中飛速成長，在業界獲得較高的知名度。

河馬動畫設計有限公司是一家兼具優秀製作團隊、整合管理能力並面向全球市場原創能力的動漫製作機構，致力於在上海、中國大陸和全球市場提供完整貫通產業鏈的動漫原創和製作，包括漫畫書、動畫劇集、動畫電影、遊戲、衍生產品。同時向全球市場提供動畫製作的聯合製片和外包服務。

上海河馬動畫設計有限公司服務於一流的媒體客戶，遊戲開發商，廣告製作商和一些知名企業，為大陸中央電視臺、北京電視臺、澳門衛視、日本GONZO等客戶提供服務。為電視連續劇《神雕俠侶》進行動作捕捉；獲得河南嵩山少林寺拍攝並發行少林相關影片及多媒體製作的授權。

上海河馬動畫設計有限公司的團隊銳意進取、創新合作，全心全意致力於中國大陸本土3D（3維）技術及產品的開發與傳播，致力於CG文化的傳播與普及，最大程度挖掘其潛在價值，以提升本土產品的綜合競爭力、並積極推動本土產品的國際化進程。

## （二） 主要營業項目：

### 1. 原創動畫

（1） 動畫電影：為中國少數能創作出高品質動畫電影的公司之一，擁有中國最棒的 3D製作團隊，能獨立完成從前期創作到後期製作的完整的動畫製作流程。在許多電視台頻道、節目包裝，尤其是遊戲片片頭，動畫製作的形式也被大量採用。原創動畫《森林衛士》和《超蛙戰士》等動畫電影樣片已經受到多方關注。

（2） 動畫電視連續劇：獲得了河南嵩山少林寺拍攝並發行少林相關影片及多媒體製作的授權，動畫電視連續劇《少林小武俠》正在緊鑼密鼓製作中。

2. 動作捕捉：擁有有最新一代 MOCAP 核心設備--VICON MX40.位於上海張江高科技園區內 8 米 x16 米的動作捕捉場地中，配備了最新 18 個攝像機的 Vicon MX運動捕捉系統，MX40內（建了全面的人體工學信息），是目前世界上分辨率最高的動作捕捉攝像機。

3. 動畫培訓：是中國少有從事動畫原創企業，不同於多數動畫代工企業，以培訓計畫參與原創制作，在動畫導演、表現等環節中皆可以發揮自己的個性及特長，並可以參與到影視產品的製作流程，並經歷及體驗每一個環節。

### 4. 製作加工

（1） 遊戲片頭動畫製作

（2） 廣告片製作

（3） 影視特效製作

（4） 頻道、節目包裝

（5） 企業宣傳片製作

## 三、心得及建議

### （一） 以國際合作吸取經驗

上海河馬動畫設計有限公司早期參會與多家國際動漫公司後製作團隊，1999年參與日本動畫公司GONZO『青の6号』製作等合作案，均獲得好評並且增加後續合作機會，同時透過國際合作案亦能獲取及學習動畫製作經驗。

### （二） 以運算尖端引領科技設備發展

上海河馬動畫設計有限公司負責人徐克先生表示，因為動畫製作需要較高速運算設備，因此與臺灣華碩電腦公司合作，由華碩協助提供設備，河馬公司由4名電腦工程人員自行組裝，組出一套擁有150結點的運算設備，其功能等同於阿凡達4000結點的效果，如向HP購買等值設備需要花費約2,600萬元人民幣（約近台幣13,000萬元）；徐克先生進一步表示英特爾（Intel）公司亦曾經表示願意贊助600萬元人民幣（約近台幣3,000萬元）讓河馬動畫公司試用其公司設備。不同於臺灣是動畫軟體公司及硬體科技設備個別發展之模式，上海河馬動畫設計有限公司以運算尖端引領科技設備發展，其軟體協助並領導硬體設備發展之模式值得臺灣學習借鏡。

### （三） 人才培育計畫與動漫製作之結合

上海河馬動畫設計有限公司以培訓計畫讓學員直接參與原創制作，培訓期程為6到9月，並且長期與吉林動畫學院合作；透過課程讓學員在動畫導演、表現等環節中皆可以發揮自己的個性及特長，並可以參與到影視產品的製作流程，並經歷及體驗每一個環節。河馬動畫公司透過培訓計畫並與實際參與動畫製作過程，其培訓計畫除能替公司儲備動畫製作人員之外，亦能透過動畫實作過程，讓培訓更為完整及迅速。

### （四） 堅持原創是永續經營的核心

上海河馬動畫設計有限公司不同於中國多數動畫代工企業，強調以原創為其發展核心，唯有推出原創的好產品才能長久讓品牌生存下去，負責人徐克先生表示其目標是以每年出片，並且是出大片方式為其目標，目前河馬動畫公司的原創動畫<sup>3</sup>《超蛙戰士》動畫電影樣片已經受到多方及國際關注，其作品以外太空、戰鬥及融會部分中國京劇喬段為主要創作元素。

---

<sup>3</sup>上海河馬動畫設計有限公司 首席執行官 徐克《超蛙戰士》導演、生長於一個航太世家，從小愛好美術和電影，求學階段尊父母之命考入中國人民大學金融專業。90年留學美國，取得MBA學位和電腦碩士學位，在從事10年投資銀行工作之後，為了追求理想投身原創動漫行業。



上海張江動漫谷，左邊緊鄰的建物為上海動漫博物館



上海河馬動畫設計有限公司外觀



動畫製作人員工作情形



2010 原創動畫《超蛙戰士》



河馬動畫設計有限公司卡通 Q 版同仁



# 上海張江動漫谷－動漫博物館

撰寫人：徐小芳

時間：99年7月30日

地點：上海張江動漫谷

## 一、目的

在迎接2010中國上海世博會開幕之際，上海漫畫博物館和上海動畫博物館宣布在張江高科技園區文化產業核心地帶——上海張江“動漫谷”正式落成，並於6月開始正試運營，讓動漫谷之未來發展更顯完備。

此行拜會張江“動漫谷”，除了參訪河馬動畫設計有限公司之外，行程亦特別安排參觀由公部門經營的上海動漫博物館（上海漫畫博物館和上海動畫博物館），讓我們更進一步瞭解，張江動漫谷企圖構建“服務平台、運營平台、技術平台、投資平台”的組織架構，並且打造完整的動漫產業創新服務鏈，促進完善的文化產業鏈的形成和成果產業化的實現的想法及作法。

## 二、過程

### （一）博物館概況：

上海漫畫博物館、上海動畫博物館是經上海市文物管理委員會批准設立的集展示、交流、科普教育、實踐互動、產業促進等多功能於一體的大型現代化專業動漫藝術展館。博物館以“動漫、體驗、科普”為核心，以科普性、互動性、趣味性為特色，內設歷史展呈區、互動體驗區、多功能3D影院、臨展區等展區。

上海漫畫博物館和上海動畫博物館的落成，不僅是展示漫畫和動畫發展歷史軌跡、現代動漫產業發展趨勢和豐富內涵的重要窗口及中國元素的本土文化和創新的新興媒體技術之間交流融合的舞台。

### （二）空間概述：

- 1、一樓展示陳列區，以回顧經典為主線，以漫畫、動畫發展長廊為表現載體。包括了張樂平、丁聰、方成等三十多位在中國漫畫藝術發展史上具有重要地位的名家作品；諸多耳熟能詳、喜聞樂見的優秀動畫作品的原稿原畫如《孫悟空大鬧天宮》、《哪吒鬧海》等以常設展方式一一呈現，據了解，這些動漫藝術名作分別遴選自上海圖書館、上海美術電影製作廠等眾多動漫作品收藏機構以及個人收藏家。此外，也規劃了歐美、日本等國際知名動漫展示區，如法國丁丁歷險記、美國超人及迪士尼系列卡通、環球功夫熊貓、日本宮崎駿、手塚治蟲、大友克洋等作品進行展示。
- 2、二樓動漫互動體驗區，通過基本技能的實踐、前沿技術的展示、新媒體的互動使參觀者全面參與展項，揭秘動漫畫藝術創作、制作的相關知識，實現動、漫畫知識與技術的傳播。參觀者將在變幻莫測的全景互動中，體驗一場身臨其境的夢幻體驗，一次絕妙的視聽之旅。

- 3、三樓劇場區，擁有200座的“立體影像、懸浮體驗”3D電影院，為觀眾呈現集感官於一體的多媒體視聽盛宴。同時劇場區還設有臨時展覽區，是個人或企業進行動、漫畫作品和動漫產品集中發布的動漫信息交流及高端的動漫學術研討公共平台。最後博物館特別安排河馬動畫設計有限公司的《超蛙戰士》15分鐘3D作品觀賞。

### 三、心得及建議

#### (一) 展示方式具多元化及趣味性

博物館展示內容，已涵蓋中國動漫發展歷史到現今動漫發展趨勢等，同時亦展示全世界具代表性動漫創作者發展背景、工作室模擬及作品等一一呈現，其展示方式極具豐富度及多元性。位於二樓動漫體驗區，除介紹及還原動漫畫製作過程，同時讓參觀者進一步體驗創作參與其中，過程極具趣味性。博物館建築外觀雖不具有特殊及代表性，其所展現之內容已具有代表中國動漫產業發展指標性之意義。

#### (二) 以區域發展及從原創製作、會展到銷售產業鏈形成方式，值得思索借鏡

從張江動漫谷案例來看，上海市企圖構建以動漫產業的“服務平台、運營平台、技術平台、投資平台”的組織架構，並且打造完整的動漫產業創新服務鏈，促進完善的文化產業鏈的形成和成果產業化的實現的想法及作法是顯而易見的，透過上海漫畫博物館和上海動畫博物館的落成，不僅能成為展示漫畫和動畫發展歷史軌跡、現代動漫產業發展趨勢和豐富內涵的重要窗口，並能作為中國元素的本土文化和創新的新興媒體技術之間交流融合的舞台，更標志上海市政府在大力發展文化事業和文化產業、轉變經濟發展方式、調整產業發展結構以及提升城市功能等方面形成新的突破。反觀臺灣發展動漫產業往往是產業業者，從製作、會展到行銷自食其力，而政府部門僅能提供補助部分發展或參與會展經費的情形與上海市發展動漫產業的魄力與展現力截然不同，值得臺灣深思。

#### (三) 園區配套動漫產業發展之相關產業建制完整

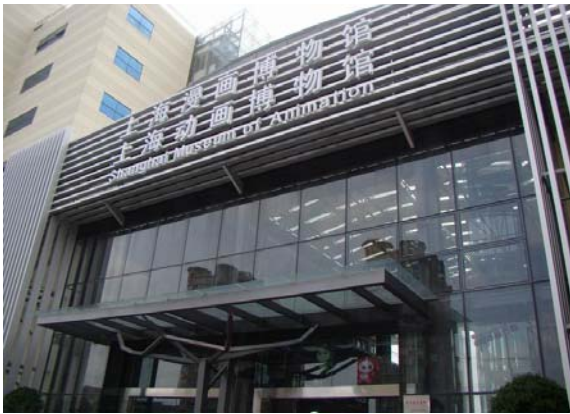
除了以張江動漫谷發展動漫產業鏈，張江高科技園區亦建建了版權交易、版權服務、技術研發、媒體傳播、投融資服務、衍生品拓展、人才服務、創新營銷以及產業聯盟等多種功能要素平台，以及文化論壇、博覽會等產業推廣資源，共同幫助企業全面對接市場實現產業化。

張江動漫谷透過發起成立上海動漫產業促進會，企圖以產業聯盟把不同行業專長的企業「串聯」起來，促成產業聯動發展，放大集聚效應。上海市將張江建設具有較高資源配置效率和與國內外市場高度對接的動漫產業高地，增強張江乃至上海動漫產業的綜合競爭力，進而輻射和聯動區域動漫產業發展。據調查2009年，張江包括動漫產業在內的文化產業產值已突破90億元。





上海動漫博物館外觀



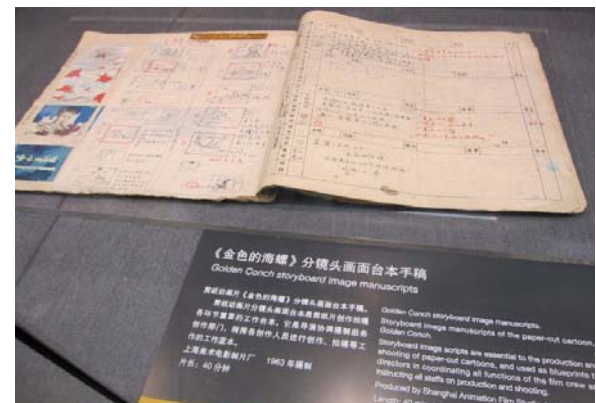
博物館入口處及大廳  
一樓漫畫展示區



一樓動畫展示區



現場展示的動畫片製作設備



動畫原稿及分鏡手稿



中國原創動畫《孫悟空大鬧天宮》及環球《功夫熊貓》立體模型





美國迪士尼《超人特攻隊》及超人系列立體模型



法國《丁丁歷險記》及日本手塚治蟲《原子小金剛》立體模型



日本宮崎駿導演工作室模擬，右圖為《神隱少女》動畫手稿

## 二樓動漫書體驗區



入口服務區



《變形金剛》立體模型



《龍貓》貓公車模擬模型



左圖：好萊塢鬼才導演提姆波頓的偶動畫《地獄新娘》模型



右圖：動漫畫互動體驗區



# 田子坊創意園區

撰寫人：高明秀

時間：99 年 7 月 30 日

地點：上海盧灣區泰康路 210 弄田子坊創意園區

## 一、目的

上海市在極端現代與傳統兩種氣質中穿梭，大到如外灘、新天地的地標建築，小到田子坊的窄巷弄堂皆是。田子坊曾獲選為大陸最佳創意產業園區，如今百家爭鳴，各式藝廊、創意商店、咖啡店、美食店集聚，每天都有來自各國、無數觀光客徘徊其中，感受老上海巷弄裡的建築混搭現代的裝飾。因此，參訪田子坊，欲了解其如何將歷史和現代融合，如何透過窄窄弄堂，保存著豐富的文化資訊和歷史的記憶。

## 二、過程

### (一) 園區概況簡介

田子坊創意園區於 70 年代是工業廠房的聚集地，原為上海盧灣區泰康路 210 弄，周邊是上海特色建築石庫門住宅。1999 年著名畫家黃永玉為泰康路 210 弄題名為「田子坊」。根據史記記載，中國古時最老的畫家即名為「田子方」，「田子坊」取其諧意，表示藝術人士聚集之地。

從 1998 年開始，多位藝術家陸續進駐後，陸續透過對老廠房、老住宅的創意改造，而逐漸形成文化藝術聚落區，於 2005 年成為上海首批文創產業集聚區之一。園區特色在於與周邊社區融合，以保有「原建築結構不變、原居民產權不變、原里弄風貌不變」的型態，透過功能轉型，成為具有文化休閒風貌的區塊。

田子坊創意園區面積約 7 萬平方公尺，現有租用約 3 萬平方公尺，在地方政府、藝術家、企業家等各界努力經營下，2006 年獲得「中國最佳創意產業園區」、2007 及 2008 年被評為「上海優秀創意產業集聚區」等肯定，於 2009 年 3 月亦榮獲上海文化產業園的稱號。

### (二) 園區參觀

近年來，田子坊創意園區已成為上海知名的創意市集之一，也是藝術創意的象徵，許多藝術家在園區空間內進行作品展示，亦在此設立藝廊、個人工作室，如知名畫家陳逸飛先生、知名攝影家爾東強先生、郝小虎先生等；而園區內也有具

異國風味的各式餐飲及各種創意商品的市集。在區域分佈上，藝術家藝廊、工作室或設計公司業者多聚集於廠房區；而餐飲業及創意工藝品商家則多集中於居民區。企業機構需要經過審查通過才能進駐開業，目前已有多國國家和地區的企業機構進駐，創造近千人的就業機會。

### (三) 園區發展方向

爲了 2010 年上海世界博覽會，盧灣區將田子坊規劃爲上海世博主題展區，於 2008 年 4 月成立田子坊管理委員會，加強園區公共規劃管理及服務，進行園區的再造工程，期望透過田子坊創意園區呈現出上海傳統里弄建築的獨特風貌。園區發展目標有二：1.將田子坊打造成上海市及盧灣區一張新的文化名片。2.將田子坊打造成創意產業聚集地、里坊風貌居住地、海派文化展示地、世博主題演繹地。另外，以二大探索路線：「探索文化創意產業、歷史文脈傳承、舊區軟改造融合發展」、「探索共治、共建、共享的和諧發展模式」作爲改造園區的指導方針；並規劃多項發展措施如：聯合同濟大學編製田子坊發展總體規劃；通過完善工作流程，確保田子坊「居改非」(即「住改商」)試點政策落實；實施公共基礎設施配套改造工程、居民和諧共處示範點改造工程；推動商、旅、文三者連動發展，以及加強安全、環境、治安與租賃管理等等。

## 三、心得

### (一) 園區風格獨特，歷史和現代巧妙地融合

田子坊巷弄間的道路經過重整，但因爲沒有進行大規模破壞式的改造，因此老式建築都被保存下來，巧妙地融合歷史和現代，不僅有建築，更有生活。透過窄窄弄堂，可以感受到這城市歷史的脈絡，千回百轉的巷子、斑駁的居民，都記載著豐富的文化資訊和歷史的記憶。糾結纏繞在石庫門上的電線、里弄裡排滿的自行車，還有很上海的里弄人家，這都是讓老外遊客真正追逐的元素。

### (二) 改善居民生活條件、提升城市文創力

伴隨著創意產業的發展，田子坊創意園區也漸漸產生改變：1. 園區自發地從工業舊廠房向周邊的居民區擴張；2. 居民區出現創意產品展示交易、旅遊休閒、時尚餐飲等一系列創意產業的配套服務、支撐和衍生產業。居住於此的居民原本生活條件並不佳，但隨著創意產業聚落形成，現在許多居民透過房屋出租或者自己開業，也改善了生活條件。各類型文創業者進駐經營發展，也正面提升城市文化形象。

## 四、建議

### (一) 維護園區品質，對進駐企業進行控管

爲了維持園區環境品質，田子坊對於進駐企業皆有控管機制，對於進駐業者進行審查，以合理控制各類業者型態比例，達到園區平衡發展，作法值得參考。

## **(二)居民與商家共建、共治、共享模式**

田子坊創意園區一大特色即當地居民與商家自然發展出依存關係，當政府要經營發展園區時，以建立促進會的方式，讓居民與商家能共同參與管理與運作，顧及彼此權益，達到政府、居民、商家三贏效果。而這種保留草根性十足的里弄文化，以融合當地人生活，用在地人接納的方式產生新力量，值得未來在推動文化創意園區與都市再生的參考。



著名畫家黃永玉為泰康路 210 弄題名為「田子坊」 琉璃工房在田子坊入口處附近新設立的琉璃藝術博物館



知名畫家陳逸飛先生工作室



里弄風貌



樓下為商家，樓上為住家



各式餐廳林立



# 上海創意產業中心（1933 老場坊）

撰寫人：李家珍

時間：99 年 7 月 30 日

地點：上海創意產業中心（1933 老場坊）

## 一、目的：

上海市原為工業重鎮，因時代變遷，產業逐漸外移，導致有大量工業廠房閒置，而閒置廠房再利用及文化創意產業為目前世界各國推動重點之一，上海市亦投入大量人力與經費著手規劃文創園區，1933 老場坊即為此情形下應運而生，經過上海市政府、上海創意產業中心及上海創意產業投資有限公司通力合作下，於 2007 年正式對外開放，短短 4 年內，並增加週邊就業人口與產值，並成為上海新地標，此次特前往參訪，並藉由座談交流機會，了解其實務運作，作為臺灣文創園區之借鏡。

## 二、過程：

### （一） 1933 老場坊簡介

#### 1. 建造：

1930 年建造，由英國設計師巴爾佛斯設計、工部局宰牲場營造、上海余洪記營造場施工，建築面積約 3.17 萬平方米，為一外方內圓之鋼筋混凝土結構建物，為工部局所有之宰牲場。1933 營運，自落成後，以其規模及其先進的生產工藝成為遠東地區最大的宰牲場，於租借時期，為供應國外人吃牛肉製品集中的現代化的屠宰場。

#### 2. 特色：

- （1）依據史料記載，建築與設備花費約白銀三百三十多萬元，均採用英國進口混凝土結構，牆體厚約 50 公分，兩層牆壁之間採用中空形式，巧妙利用物理原理實現溫度控制，即使在炎熱的夏季，依然可保持較低溫度，可見當時建築工藝設計技術優良與考慮之周詳。
- （2）本建築融合東西方特色，整體以古羅馬巴西利卡式風格，而外圓內方的基本結構則結合中國風水學說中的「天圓地方」傳統概念，建築細部再以「無梁樓蓋」、「傘形柱」、「廊橋」、「旋梯」、「牛道」等貫穿，在當時，全世界具有相同規模的宰牲場僅有三座，而 1933 老場坊是目前唯一現存完好之建築，其他均已拆除。

#### 3. 停工：

隨著中國改革開放和經濟的發展，處於市中心的鮮肉生產加工逐漸轉移至郊區，並逐漸淡出上海食品加工行業，1997 年，九龍賓館在宰牲場南側區建造，2002 年完全停產後，一直處於閒置狀態，後偶爾有出租於製藥及機械產業，

作為物品堆放空間。

4. 改造：

2006年8月，上海創意產業投資有限公司進行改造修復工程，完工後，成為上海重要的地標性建築。

5. 管理者：

由上海創意產業中心負責，成立於2005年，受上海市政府經濟委員會轄下，主要工作以推動上海新興文創產業為主之機構。

6. 業務簡介：場地租賃、辦公室租賃、活動安排。

7. 榮譽：

(1) 虹口區文物管理委員會：2004年1月列為「虹口區歷史遺址紀念地」

(2) 上海市人民政府：

2005年10月列為第四批「優秀歷史建築」

2006年8月「上海創意產業集散區」

2007年「全國工業旅遊示範點」

2008年10月「上海2008年度最佳創意產業集聚區獎」

2008年11月「2008創意盛典—優秀創意產業集聚區」。

(二) 上海創意產業中心：

1. 成立：

2004年11月6日成立，2005年1月8日掛牌營運。經上海市經濟委員會、上海市社團局批准設立，從事推動上海創意產業發展的專門機構，為民辦非企業單位（性質為民非組織），業務主管部門為上海市經濟委員會。上海創意產業中心配合政府制定上海創意產業發展規劃及策略，並作為創意產業交流平台。

2. 組織架構：

(1) 決策機構（理事會）：包含專家委員會、指導委員會、媒體委員會。

(2) 執行機構：包含商務發展部、國際交流部、信息推廣部、知識產權部、教育培訓部、活動策劃部、辦公室、財務室。

(三) 座談紀錄彙整：

1. 出席人員：上海創意產業中心秘書長何增強先生、本團人員

2. 重點摘要：

(1) 「1933老場坊」緣起：

◆ 1930年建造，建物為英國人設計，完全為屠宰工藝建造，為加工技術工藝與建築特色結合。

◆ 2007年進行1933老場坊整建，改造前為一廢棄建物，從營運開始至閒置延續約有60年。

◆ 因90年代轉化，屠宰事業移轉至郊區，企業轉型後導致廠房閒置，後因文創產業興起，藝術家投入開始構思空間改造，保留了當時加工空間特色。

- ◆ 突破半個多世紀後，類似的文創園區在上海約有 80 多家，上海為工業城市，到 90 年代工業轉移後因廠房閒置，前已拆除 3,000-4,000 萬平方米的廠房，為了不造成產業空洞與協助就業，仍保留部分廠房加以改造。
- ◆ 在城市發展過程中，各界對文化訴求越來越強烈，政府也採取合理建議，保留黃浦江沿線及蘇州河沿線的工業廠房，在大環境的接點與建築，也見證 100 多年的變化，不僅提供藝術家再造，成為良好的藝術表演與展演空間，成為具有代表性的文創產業

(2) 上海文創產業概況：

- ◆ 上海於 90 年代全國進行再轉資情形下，大部分城市將國有廠房賣給私人，而上海為工業重鎮，因國家民生工業尚需國家控制，故土地所有權尚在國家，但廠房因產業退出後閒置，故儘可能發展為服務業，尤以文化及創意的服務業為主，並給予鼓勵政策。
- ◆ 目前廠房為錦江集團所有，再以市場化價格租給上海創意產業投資有限公司，投資人民幣 1.2 億萬元（包含垃圾清運費人民幣 600 萬元、整建費等，不含裝修）進行改造與營運管理。
- ◆ 目前上海大多文創產業皆為第三方進行改造，非政府出資，但鼓勵之下也出現瓶頸，如工業廠房如何做商業？因工業廠房成本與商業不同，儘管兩者有所矛盾，但為了發展社會與經濟，政府鼓勵文創產業發展，因此向錦江集團承租 15 年（以公開招標方式），政府則協助周邊環境與道路改善（原馬路寬為 8 米，現為 28 米寬），以有利企業發展，形象建立後對周邊亦有改善，附近房地產也增值。
- ◆ 此舉不但解決就業問題並增加稅收，以往錦江集團給予其他產業一年租金為人民幣 120 萬元作為物品存放之倉庫，目前需給錦江集團一年人民幣 1200 萬元，增加人民幣 2000 多億元的產值，對經濟帶動就不止 1200 萬，並帶動週邊 1200 人就業機會。

(3) 「上海創意產業投資有限公司」緣起：

何增強先生原從事廣告工作，將自有公司與上海汽車集團合資成立「上海創意產業投資有限公司」，為國有企業化，對相關創意產業進行投資（亦包含其他投資）。

(4) 投入「1933 老場坊」改造動機：

何增強先生為行業協會秘書長，該協會推薦何增強先生擔任工業設計秘書長，當時中國政府積極推動創意產業，因其與工業設計有關，故同意兼職創業產業協會秘書長。

(5) 相關經費：

- ◆ 註冊資金約人民幣 5000 萬元，投入人民幣 1 億 2000 萬。前五年先做載體（公司）集聚，今年第三年，目前預估 5-6 年可損益平衡。
- ◆ 建築改造成本高：

本建築閒置期間約 6 年，1960 年代改成豬隻屠宰場，後產業遷移後，曾做過製藥、機械等倉庫，破壞原有的屠宰規劃空間，因原始建築圖檔均已遺失毀損，僅能依據從檔案館裡搜尋出 1933 年建成之後一張圖片加以修復。原預定 4000 萬修復，後經董事會同意加碼至 8000 萬，合計建築成本約 3000 元／平方米，國家銀行貸款 5000 萬還清。

(6) 產值：

2004 年上海文創產值約有人民幣 900 多億元，2009 年已達人民幣 3900 多億元，每年約有 120%幅度的增長，佔上海 GPD 約有 7.7%，旅遊業約 10%，由此可見上海適合發展文創產業帶動旅遊。上海為一開放包容之城市，中西文化可交流，明確將文創產業做為下一個五年發展的目標，將文創產業與高新技術產業化結合。令本次世博會，高科技與文化的結合。與企業集團共同開發。

(7) 整建過程：

- ◆ 找 7 個國家的設計師進行比稿，當時僅就外觀與功能問題進行探討，然因沒有相關圖資，故無法進行深化討論，最後以非 1933 年的裝修就拆除，再予以設計，時程約花 14 個月設計加改造。
- ◆ 國外專家學者常給意見，然其意見有時並無法適用，如原委託設計經營之義大利建築師建議將中心圓的樓梯拆除，加裝兩台電扶梯。經評估考量後，拆除樓梯後本場坊所有賣點特色消失，決議不採納意見亦不給予經營。最終將 7 個設計案（5 家國外、2 家國內）彙整，交由中國工業設計院整合。後考量安全問題。
- ◆ 修復四項原則：
  - 原真性－尊重歷史，回覆原貌，整體修復完畢後，仍是屠宰廠的外觀與概念。
  - 可逆性－裝修材料可重複拆除使用，不影響結構。
  - 可識別性－後續增加功能性須能與原建築分辨，如增加電梯、消防不能破壞原建築。
  - 安全性－考量原建築最大問題恐為承重不足問題，因原為硬荷載設計為主，後為浮荷載，無法預計人數及移動問題，恐產生擺動問題，故安全性為本建築最主要考量。
- ◆ 所有方案均須送「上海市房地產局歷史建築修繕處」通過。

(8) 進駐廠商：

- ◆ 因上海創億園區眾多，為使其有差異化，且本地為容積率低之場所（32,000 萬平方米的建築，可用面積約 48%），以至於實質性的租金很高，在此情況下，儘可能以公共發布為主，比如四號倉庫為會展中心，辦理各項會務、培訓活動等（如建築設計、品牌發佈、推廣、展示、活動規劃等，），周邊則規劃為辦公空間，目前臺灣進駐廠商有絕色婚紗攝影（約 1500 平方米）、很牛面（牛肉麵）等。

- ◆ 上海創意園區皆要求進駐廠商執行之主業至少需有 80%應與創意有關之行業，20%可作商業配套。
- ◆ 目前租金約人民幣 4-5 元平方米／天，約有 70 多家廠家進駐。

### 三、心得及建議

#### (一) 上海市政府對於文創產業之支持與重視：

任何計畫能夠成功執行，莫過於政府與民間通力合作，在 1933 老場坊這個案例中，了解 1933 老場坊在民間發起並投入資金（約 1 億 2000 萬元）進行改造，政府單位則配合相關措施，包含週邊環境整理、放寬使用區限制（如工業區與商業區），終於造就 1933 老場坊的成功，除民間的力量外，其政府之支持亦為重點，是否因其相關法令配套措施尚未完備，故能以各項行政命令為主之故，不得而知，相較於臺灣對於舊建築修復，常因取得相關建築證照之限制與困難，及因保存與否有所衝突，導致修復進度落後，進而影響後續營運。

#### (二) 建築原貌修復之堅持：

進行座談會程中，何增強先生提及，1933 老場坊因原有圖檔盡失，修復困難，僅憑一張 1933 年完工照片進行修復，並堅持四項修復原則，同時不受國外專家學者意見影響，在短時間內完成修復，雖然無法得知其施工品質與實際投入之施作人力，其工作效率足以令人咋舌。

#### (三) 營運定位明確：

上海文創園區眾多，1933 老場坊明確將自身定位為辦公空間租用及展演活動訊息發布，以作為市場區隔，不但成功吸引服飾品牌、酒吧、餐飲、藝術工作室進駐、更成為許多大型企業新品發表之重要場所，營收足夠自足，尚有上千萬之稅收，帶動週邊發展與就業人口，其經營方式，可作為臺灣借鏡之一。



1933 老場坊空間



進駐單位「上海設計之窗」賣場



廊道間遊客休息區



1933 老場坊外觀



管理單位

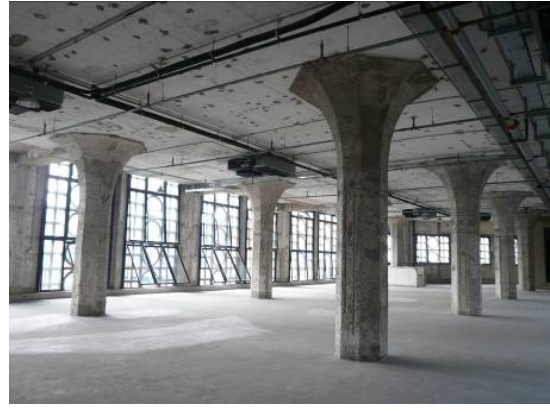


座談會





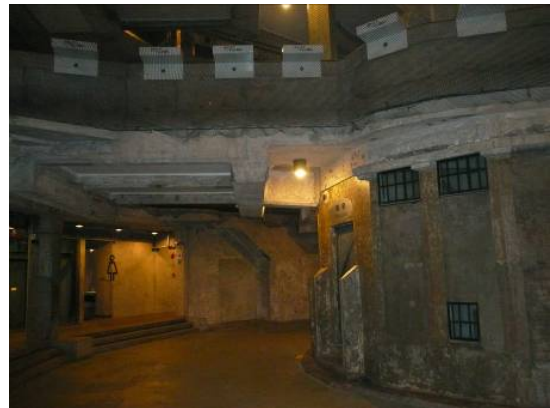
空中舞台（佈展中）：面積超過 1500 平方米的「空中舞台」位於四樓，多用於展演。



傘形柱：八角形和變形的傘狀柱狀帽，是該建築重要特色之一



花格窗：主要位於該建築的西立面和南北立面的西端。



中心圓 1-3 層：是當初進行屠宰工藝的車間，三層之間靠著 X 型的物流樓梯和旋轉幅度很大的旋梯相連，現在為創意項目活動區（如創藝市集）。



旋梯：位於中心圓2-3層，優美的弧形選轉出最大弧度。



廊橋：連接中心圓與外圍建築之廊道。



牛道：建築特色之一，保留七十多年前風貌。



# 上海新天地

撰寫人：王定亞

時間：99年7月30日

地點：上海盧灣區

## 一、目的

行政院文化建設委員會設立的文化創意園區，基地多來自廢棄的酒廠或廠房、倉庫，未有其他形式的歷史背景與文化涵養在內，本次大陸文化創意產業參訪行程，特別選定以城市發展為基礎，以舊街道、舊市集形成的文化創意產業聚落，所形成新興、具有城市代表性的新天地，「上海新天地」即因此而得名。不但一改過去全世界對社會主義體制下的思維，更成為全球主要城市發展的學習目標。本次參訪上海新天地，希望能學習到產業與文創結合的精隨，並希望藉著上海新天地的成功經驗，反思國內文化創意產業園區的發展途徑。

## 二、過程

### （一）基地環境概述：

上海新天地座落於上海市盧灣區的太平橋地區，淮海中路、黃陂南路和馬當路之間的 30,000 平方米土地上，毗鄰黃陂南路地鐵站和東西、南北高架路的交匯處，地理位置十分優越；建築風格採中西合璧與新舊結合，形成一個具有傳統風貌和現代感生活文化的都市旅遊景點，將上海獨有的傳統建築「石庫門」與充滿現代感的建築融為一體，上海新天地獨有的建築風格獲得廣泛的好評，曾在 2001 年中榮獲「2001 年中國年度新銳榜建築獎」、2002 年得到美國建築師學會香港分會所頒發的「AIA Hong Kong Citation 2002」和「2003 Award for Excellence」，使現今的新天地成為上海著名的都市景點之一。

### （二）內部使用及配置介紹：

上海新天地建築面積約60,000平方米，提供餐飲、娛樂、廣場表演及露天茶吧等特色設施，從興業路可分為南、北裡兩部分；上海新天地南裡的總面積約為25,000平方米，建築風格以現代建築為主、傳統石庫門為輔，內含的設施有購物、娛樂與休閒中心，以及許多具有不同特色的商店，除了有世界不同的餐飲之外，更包括時下年輕人最熱愛的商品、時尚飾品店、電影院及健身中心，提供國內外的旅客一個多元化且有品味的熱門購物景點；上海新天地北裡大多由傳統石庫門建築而成，結合了現代化的建築及設備，將傳統店家化身成高級餐廳，餐廳內的菜色不單單只有道地口味，還擁有來自世界各地不同的美味佳餚，充分展現新天地的國際元素，吸引許多來上海旅遊的遊客至此參觀。

### （三）上海新天地特色建築—石庫門：

在上海新天地開發之前，這裡曾經是一片擁有近一世紀的傳統建築「石庫門」，從十九世紀中開始出現的石庫門建築烙印著悠久的歷史，象徵著中西建築合璧與近代上海歷史文化的意義；後來開發的上海新天地建築群，仍保留了十九世紀石庫門的屋簷及磚瓦，但建築的內部則採二十一世紀的現代化風格，使現今建築外表是具有歷史意義的石庫門，走進內部則是現代化的設計，讓人彷彿進入另一個時空；現今新天地已成為上海的新地標，是國內外旅客到上海旅遊領略歷史文化和現代生活的最佳地點之一。

### 三、心得

#### （一）文化創意產業與歷史建築、舊市鎮的密切結合

文化創意產業與歷史建物原本就是一體兩面的意涵，然而舊市鎮的利用則是不同的兩個議題，在臺灣與大陸有很多運用歷史建築與城市空間發展文化創意產業的前例，相對的要能形成文化創意產業與城市空間再利用，在臺灣的成功經驗卻少之又少。這種結合須存在機會與優勢，而機會與優勢的選擇則在於市場性及消費者需求，此外，也亟需要政府相關法令的幫助，以及良好的政策配套措施。

#### （二）有關市場性及消費者需求的影響

就中國十三億人口的廣大消費能量，加上上海早已是中國最繁華的城市代表，上海新天地的成供，早就充滿經濟發展力的優勢，加上中國政府對文化創意產業的大力扶助，上海市政府對文化及觀光的各項優惠措施，自然而然地使得上海新天地在不需要刻意市場化的前提下，就能吸引極多的消費者造訪，再加上國際間的媒體行銷能力，上海新天地已然成為國際市集的代表之一。而臺灣的經濟發展雖已成熟，民眾的生活體驗豐富多元，若要創造或複製到臺灣來，卻有更多的困難。

#### （三）文化創意產品需依賴行銷及品牌形象

上海新天地的成功在於文化創意產業與歷史、觀光、遊玩等眾多元素的結合，不僅如此，各項媒體管道、網路、口碑等，都是造就其成功的行銷模式，即使是非刻意的行銷或品牌形象，也能夠促使上海新天地的特有形象深刻烙印在消費者心中，也因此導致來上海的人，一定會到上海新天地一覽勝地。文化創意產品的行銷在臺灣市場則須講求創意、質感，才能凸顯其價值與特徵，因為臺灣人口有限，國際客層也受鄰近亞洲國家磁吸影響，使得文創產業只是小眾市場，若非靠著高度的品牌差異性，否則將形成更嚴重的競爭。

#### （四）欠缺文化創意產業的張力

上海新天地雖位處中國最繁華的城市，擁有極為良好的交通與風景優美的黃浦江等基地環境，甚至獨特的建築型式等，都不斷地吸引世界各地的顧客造訪，然而優勢也成為劣勢，此舉將有可能限制上海新天地對文化創意產業的內涵形成限縮，無法廣大地包容各種不同類型的文創元素在內；例如西班牙的畢爾包，因為古根漢現代藝術館的興建，雖然改變一個城市的命運，但也因此而使得一個城市定型不易改變。

#### （五）品牌是永續經營的核心

伴隨著中國大陸的經濟成長，大陸文化創意產業也凸顯其不斷發展的特質。以上

海新天地觀之，文創品牌的發展，一方面需要很強的在地性，另一方面，則需要不斷地強化品牌的特質，使品牌深植人心，就像說到上海新天地，就是歷史建物與新創文化的融合代表。臺灣相對中國大陸而言，文化創意產業的市場規模有限，當市場規模侷限在國內或在地時，其競爭是相當激烈，品牌往往是經營能否永續的依據。

#### **(六) 大陸對文化創意產業的扶植與政策執行效率奇佳**

大陸的法制尚非完備，行政機關與政黨結合，因此擁有相當主觀的行政權限，對政令的執行也極為快速。因此當中國大陸中央政府推動文化創意產業的政策指示下來，各級政府均可依據其需求，訂出不同的文化創意產業扶植方案。然而，在臺灣則必須依據法令層層的規範，並在各級民意機關的監督之下，方能進行文化創意產業扶植及政策執行，行政效率相對低落。這是因為國家政體不同，是我國發展文化創意產業最大的挑戰。

### **四、建議**

#### **(一) 以消費者需求及喜好作為創意文化園區發展定位**

大陸文化創意產業與歷史建物、舊市集的結合，造成產業與經貿的蓬勃發展，確實讓人驚艷。在廣大的大陸市場，因擁有極大的腹地，設置文化創意產業園區或文化創意聚落，確實有其發展的潛能與空間。反觀臺灣的腹地與市場規模均較小，縱使進入國際市場，面對大陸在人力成本低廉及人才、技術等素質不斷提升的競爭環境下，國內文化創意產業園區的競爭壓力愈顯增加，我們應注意的是對於文化創意產業園區的扶植政策是否適當，是否真正迎合消費者的需要，並且要能有效落實。

#### **(二) 與大陸相關單位共同進行文化創意產業調查研究**

本次交流中，發現大陸對文化施政已開始著重市場調查與數據分析，學術與研究單位在文化創意產業的研究與人才培育方面，也有明顯增加的投入，對文化創意產業的資金挹入，也較過往提高，這些都值得我們政府對文化創意產業施政作為借鑑學習與警惕，並可進一步與大陸相關單位共同從事調研及分析工作。

#### **(三) 政府應鼓勵民間將資源投入文化創意產業**

臺灣的經濟發展已邁入開發國家之列，文化創意產業聚落的發展則需要注意高度，與大陸文化創意產業園區存在很多OEM的著重廣度型態仍有差別。中國大陸中央政府的文化部門將文化事業與文化產業區分的相當清楚，可以有更明確地施政方針，值得我們學習；地方政府因為是執行單位，則應該將文化創意與觀光、體育等多方結合，才能夠達到綜效。文化事業是公共事務，政府應充分運用預算能量，不計代價的方式來經營；而文化產業仍有其市場性、產值、利潤可期待性，政府應該扶植並鼓勵民間投入，要成為民間企業賺取利潤的前導車。這種清楚的文化領域區隔，有助於政府政策內容的專注，可以精確的執行政策作為。



石庫門舊建築，記錄著上海殖民時代的發展的歷史，也顯現出上海文化的多元特質。



上海新天地的店面，多由舊建物改造而成，充滿著歷史懷舊與現代流行各種不同的元素



上海新天地唯一的電影院，愈夜愈美麗。



上海新天地中心的水池，是遊客們最愛駐足的地方，也是該區整體文創市集的精神所在。



當夜幕低垂，正是人潮湧入上海新天地的時分。



上海新天地的拱門造型，訴說著傳統建築與文創市集的水乳交融。

# 景德鎮法蘭瓷廠區

撰寫人：鄧倚欣

時間：99 年 7 月 31 日

地點：景德鎮法蘭瓷廠區

## 一、目的

臺灣知名陶瓷品牌『法蘭瓷 FRANZ』於 2003 年應邀至大陸景德鎮設廠，創辦人陳立恆說他看中的是景德鎮深厚的歷史淵源，決定到景德鎮投資生產，其實就是希望運用“景德鎮”這三個字的品牌。具有千年瓷都之名的青花瓷，千年來一直是中國陶瓷的發展重鎮，然而，現在的景德鎮陶瓷產業其實已經沒落了，此時藉由臺灣著名的精品瓷器品牌「法蘭瓷」進駐設廠投資，雙方產生之影響與效益為何真如預期創造兩岸瓷業雙贏之局面。本次藉由參訪景德鎮法藍瓷廠區，瞭解目前法蘭瓷於景德鎮的發展策略、經營理念及遭遇問題等。

## 二、過程

### (一) 關於法藍瓷

#### 1、品牌創立：

『法蘭瓷 FRANZ』的母公司—海暢實業是一創立近三十年，早期為禮品、飾品等外銷的貿易公司，主要是為眾多國外知名公司進行產品代工及設計，自 2001 年起，創辦人陳立恆先生決定自創品牌，在海暢實業期間，累積製造與設計能力後，以擁有之產品及市場資源，開始經營自我品牌『法蘭瓷 FRANZ』。

#### 2、產品特色：

法蘭瓷結合東方美學及西方藝術精華，以融合浮雕與雕塑之立體造型及浪漫夢幻的豐富色彩，採獨家專利之「倒角脫模工法」與特製釉下彩技術，以純手工噴彩或畫筆勾勒，其追求精緻之工法，使製程繁複，但也由於製作門檻提高，無形中減少許多潛在競爭者。

#### 3、品牌聯盟：

法蘭瓷本身雖已具相當之知名度，但為尋求拓展其他不同市場，開始與其他品牌進行雙品牌策略，包括 2005 年與迪士尼合作、與故宮進行郎世寧作品瓷器全球限量開發計畫等，另與法國設計師 Jean Boggio 進行雙品牌的合作，藉此進行法蘭瓷副牌的經營。

#### 4、經營策略：

法藍瓷策略佈局採「臺灣研發、大陸生產、全球行銷」，將研發設計及行銷部門設在臺北，生產製造在臺灣及中國大陸，產品行銷於全球。迄今，於全球擁有超過 6000 個銷售據點，主要分佈於美國約有 2,500 個銷售點，歐洲約 1,000 個銷售點，大洋洲 500 個銷售點，大中華地區約 20 個專櫃等。在歷經全球性金融風暴，法蘭瓷卻能不受影響，2008 年在全球精品業一陣哀鴻遍野下逆勢成長，營



收從 6 億台幣一舉突破到台幣 12 億台幣，較 2007 年成長 1 倍，成績令人刮目相看。

## (二) 景德鎮廠區

2005 年法蘭瓷創辦人陳立恆先生選擇於江西景德鎮成立陶瓷園區，希望以結合旅遊、物流、觀光及休閒，兼具瓷器消費、知性與休閒的多功能園區，並不諱言地說到，之所以要在景德鎮建立其高價陶瓷的製造中心，是因為景德鎮勞動成本遠比沿海便宜，相差約有四成；另景德鎮市政府也創造了良好的投資環境。

### 1、廠區環境：

位於景德鎮楓林塢水庫旁，該廠區佔地約 75,000 平方米，最多可容納 2000 名員工。整體園區之規劃進度分為三階段，第一階段以藝術裝飾品生產線為主的一期工程已於 2005 年 10 月 13 日正式運作生產，而以生產高檔日用瓷為主的二期工程也已竣工運作，第三階段則將從製造生產擴大到觀光旅遊行業，希望營造出一集生產、研究、銷售、展出及旅遊觀光之陶瓷園區。

### 2、生產線

目前園區以生產製造為主，廠區的生產線員工各司其職，從注模、脫模、組合、上色、上釉、窯燒到品管、包裝每個步驟，屬勞力密集產業。據了解，多數員工均來自景德鎮當地，且普遍年輕化，平均年齡約為 25 歲，每位員工就職前會接受為期 6 週之訓練。廣大的園區有辦公室、招待所、展示中心，同時設有運動場、籃球場、圖書館、餐廳等空間供員工使用，生活機能一應俱全。

### 3、經營策略

法蘭瓷選擇於景德鎮設廠，便是希望能透過與景德鎮品牌互補，產生雙品牌作用，並於無形中提高產品價值。同時提出能和江西景德鎮聯手打造世界瓷都，共同合作經營陶瓷博物館，並在當地設立國際藝術村，邀集全球陶瓷藝術家進駐創作等規劃構想。然而，一開始當地傳統製瓷業者對於外來的法藍瓷並不以為然，彼此各自為政，不太交流，更沒有國際化經驗，但由於景德鎮大部分的政府官員本身就是藝術家或陶藝家，深刻了解景德鎮陶瓷產業復興之路需藉助外力協助，因此對於法蘭瓷提供相當多的協助與支援。法藍瓷為景德鎮當地的製瓷業者，樹立經營上的典範與制度，2008 年此廠區和景德鎮古窯還並列為大陸「國家文化產業示範基地」，成為重要的文創據點。

## (三) 景德鎮陶瓷產業

### 1、陶瓷產業發展歷史沿革：

景德鎮有史記載的第一個名稱始自東晉，當時稱為新平鎮，到唐代時則幾易其名，前後又分別被稱為新平鄉、昌南鎮、新昌縣和浮梁等。至北宋時期，昌南瓷器憑其材質優良，獲得當時皇帝宋真宗徵為御用瓷器—並規定所有瓷器產品謹供朝廷使用，同時以其年號將昌南鎮重新命名為景德鎮，以彰顯昌南鎮瓷器產品在北宋朝廷的地位。自此，景德鎮的名稱從那時起便一直被沿用至今，直至十九世紀（清末），景德鎮正式立鎮。



從宋代開始，景德鎮成爲中國重要瓷器生產基地，宋真宗除了將自己的年號「景德」賜給這個產瓷區，並規定必須在所有瓷器產品之底部寫上「景德年制」四字爲底款，從此景德鎮便與中國瓷器劃上不可分割的關聯。

明清時期，景德鎮的陶瓷生產更加完善，並成爲朝廷宮廷用瓷的重要生產基地，製瓷技術和瓷器品種均比以前各朝代愈加高超和繁多，專門爲朝廷製作瓷器的景德鎮御窯廠就是明代設立的。

景德鎮瓷器在清朝時候可謂中國古代陶瓷發展的巔峰。清代朝廷有專門的督陶官專職景德鎮的瓷器生產，督陶制度在景德鎮的確立使得景德鎮瓷器幾乎達到了登峰造極的境界。當時的景德鎮陶瓷界，除爲朝廷制瓷的官窯外，民窯數量也盛事空前。

## 2、遭遇困境：

在中國瓷器歷史上赫赫有名的景德鎮，縱橫將近一千年之後，現已風光不在。不僅瓷器總產值輸給了福建德化與廣東潮州，瓷器銷售收入比重也下降至僅佔該鎮的 20%，探究其產業發展沒落之原因主要爲經營行銷人才的缺乏，因以前的瓷廠，並不重視產業之行銷，加上景德鎮又屬內陸城市，不易招募優秀人才，大多業者甘於爲國外大廠牌代工，卻不願自己經營品牌，種種因素造成今天景德鎮陶瓷產業的經營困境。

事實上，我們可以說「景德鎮」本身就是一塊金字招牌，價值連城，然而真正的問題是，當「景德鎮」成爲強勢的品牌時，在這個城市裡進行生產製造之陶瓷產業，歷經一千年的發展後，卻未發展出任何一個真正的製瓷品牌。

### (四) 法蘭瓷進駐之優勢

1. 發揮原海暢集團近 30 年累積之經驗，對市場通路之熟悉度，使法蘭瓷進駐大陸後，能迅速建立使場銷售通路，讓產品拓銷內地。
2. 因法蘭瓷品牌本身已具知名度，進駐大陸中國瓷器發源地之一，藉由復興瓷藝傳，承前人對美學的深刻體驗，使中國瓷器的光芒重現於世。
3. 結合景德鎮千年來形成的深厚文化底蘊優勢，善用在地優秀人才及資源，產生新創意及設計。

## 三、心得與建議

### (一) 藉景德鎮招牌之名，協助拓展產業品牌

法藍瓷選擇進駐景德鎮，看重的是除了是瓷都深厚的陶瓷文化、藝術底蘊等原因之外，另考量原材料和生產人力等低成本之優勢；同時，獲得景德鎮市委、市政府對企業之支持，提供良好之產業發展環境，因此進駐設廠後企業營運持續成長中。

### (二) 以臺灣優勢拓展大陸市場

臺灣的文化創意產業和中國大陸比起來，目前還是有其優勢，以人才爲例，臺灣的設計人才能力還是比中國大陸強，臺灣的文創業者對於將品牌推廣到國際

市場比較熟悉，所以在建立品牌與推進品牌等行銷方面，臺灣還是比較領先的。因此當臺灣的文創業者到中國開拓市場，應將中國市場視為一個通路，進去之後積極拓展通路，完成通路的佈局，透過大陸市場的佈局，臺灣的文創事業品牌可以躍進國際市場，達到成為國際化的品牌。譬如法藍瓷便是將設計研發中心設在臺灣，無非便是考量臺灣設計人才之專業能力還是比大陸強一點，因此有「臺灣研發、大陸生產、全球行銷」之策略。

### **(三) 應注意智財權之保護**

臺灣的文創業者到中國大陸發展時，尤其需特別注意智慧財產權的風險性，目前遇到的最大問題就是，由於大陸對於智財權之保護並不嚴謹，模仿或是剽竊問題嚴重，因此臺灣文創業者如何保障自己創作的權益，以及發現被竊取創作時，如何和陸資企業打著作權官司都是臺灣文創業者要學習的地方。

### **(四) 台商應以團體力量打入大陸市場**

除了如法蘭瓷直接到大陸設廠之模式，近幾年，政府部門與業者亦經常利用辦大型的商展，以組團至大陸參加重要文創博覽會或會展活動，透過整體行銷平台之展示，透過臺灣精品的品牌館模式，以「群聚效應」讓大陸業者或民眾對臺灣品牌產生深刻印象。



廠區產品展示廳



廠區人員為本參訪團進行解說



工廠製作生產線之上釉



工廠製作生產線之畫筆勾勒



工廠製作生產線之手工噴彩



已完成待進入窯燒之半成品



窯燒區



# 景德鎮國際陶瓷博覽會組委會

撰寫人：鄧安琪

時間：99年7月31日

地點：景德鎮三寶陶瓷藝術村

## 一、目的：

江西省景德鎮國際陶瓷博覽會組委會即為景德鎮文化和廣播電影電視局。為加強與景德鎮之互動，景德鎮有關方面特別在三寶陶瓷藝術村安排交流午宴，以促進彼此瞭解，創造未來雙方在相關產業上合作之可能。

## 二、過程：

全程由江西省文化廳、景德鎮市文廣局、景德鎮陶瓷學院等有關人員陪同。擔任景德鎮文廣局副局長、瓷博會執行委員會副主任的趙綱先生，於午宴中介紹景德鎮國際陶瓷博覽會，並邀請考察團團員參加今年博覽會：

- (一) 景德鎮國際陶瓷博覽會是集陶瓷精品展示、陶瓷文化交流、陶瓷產品交易為一體的國際化陶瓷專業博覽會。
- (二) 景德鎮國際陶瓷博覽會從 2004 年開始辦理，2005 年時，大陸「商務部」介入主辦，也使景德鎮國際陶瓷博覽會成為國家級辦理的博覽會。
- (三) 博覽會特點：
  1. 層級最高：「商務部」為共同主辦單位。
  2. 國際性強：共 49 個國家、300 個品牌參展。
  3. 品種齊全：展品涵蓋了藝術陶瓷、日用陶瓷、工業陶瓷、高新技術陶瓷、建築衛浴瓷、陶瓷包裝、陶瓷機械等。
  4. 貿易量大：從第一屆舉辦至今，貿易量愈來愈大，去年高達 40 多億。
- (四) 本次博覽會舉辦時間為 10 月 18 至 22 日，共分為：
  1. 主題展區：分設高技術陶瓷成果展區；國際陶瓷展區、國內產瓷區品牌陶瓷展區；陶瓷精品展區；綜合展區五大展區和當代國際陶藝主題；中國歷代十大名窯主題；建築潔具主題等。
  2. 其他：另舉辦高技術瓷國際論壇、陶瓷餐具創新設計大賽、國際藝術陶瓷拍賣會等活動。

## 三、心得：

江西景德鎮市以「瓷都」之名聞名於世，其瓷器品種繁多，工藝種類齊全，而技術精進，高古瓷器亦有極高的模仿技術，令人讚賞。其博覽會的舉辦，除各地的瓷器展示交流外，另能結合各項相關活動，為博覽會添色增彩；而博覽會的貿易量高達 40 多億人民幣，所帶來的經濟效益不容小覷。

舉辦博覽會雖不是提昇產業的萬靈丹，然若主辦單位有縝密且全面性的考量及策劃，且相關產業未來發展有明確目標，對參展廠商設立一定的資格門檻以維持參展品質，博覽會實具有一定的辦理效益。

#### 四、建議事項：

就瓷器市場而言，精品藝術陶瓷有極高的獲利比，特別是在拍賣市場上，高古瓷屢創拍賣市場新高，例如 2005 年在佳士德拍賣的元青花《鬼谷子下山》，便創下 1400 萬英鎊的高價，開啓了中國瓷器市場的新局。而今製瓷技術精進，高古瓷模仿達維妙維肖，連儀器都難以測試真假的地步，因此，目前瓷器的發展，除了重市場開發、美術創作、學術及技術研究之外，應注重而未注重的重點，即為鑑定人才的培養。

按此次交流經驗，在製瓷技術發達的現在，鑑定人員及相關技術必定有所需求，臺灣若能就此議題多所發展，對瓷器產業的發展必能有所助益。



# 景德鎮陶瓷學院、景德鎮陶瓷歷史博覽區、陶瓷博物館、御窯廠、瑤里古鎮區等

撰寫人：鄧倚欣

時間：99年7月31日、8月1日

地點：景德鎮

## 一、目的

景德鎮為中國歷史上著名的瓷都，其陶瓷產業延續近千年，自宋代起成為中國重要瓷器生產基地，至清朝達產業發展巔峰。歷經宋代至清代的時代演變，景德鎮千年來依靠著陶瓷產業維繫生存了十個世紀而沒有中斷，景德鎮的陶瓷產業可以說是代表了整個中國陶瓷的發展歷史。從御窯廠、陶瓷歷史博覽區到陶瓷博物館，完整呈現景德鎮的陶瓷歷史文化，以及代表景德鎮陶瓷發展源頭的瑤里，則是一個結合歷史、陶瓷、人文與自然生態的區域，透過參訪，讓我們從歷史遺址中瞭解陶瓷如何造就景德鎮，而現在景德鎮如何善用這些歷史文化資產推動城市行銷。

## 二、過程

本次於景德鎮之參訪行程紀實，可分為兩大部分，其一為了解景德鎮陶瓷文化及發展歷史（參訪日期為7月31日），參訪御窯廠、景德鎮陶瓷館、景德鎮陶瓷歷史博覽區及景德鎮陶瓷學院；其二則為參訪景德鎮瓷器的發展源頭—瑤里及其附近相關之陶瓷文化遺址與人文、自然生態景觀（參訪日期為8月1日），包括瑤里古鎮區、繞南主題園區及汪湖生態區等。

### （一）御窯廠

#### 1、中國官窯文化

中國早在北宋晚期便開始設置官窯，生產供帝王祭祀、陳設及日用則稱為御窯，歷經元代、明代，直到清代宣統年間，此類窯廠宣告結束，明代以前，人們稱為官窯或瓷局。明初，景德鎮成立了御窯廠，宮廷瓷器開始註明皇帝的年款。代表東方古老文化的瓷器，素有官窯、民窯之別。官窯，即官方創辦的窯廠，封建社會的官窯是專為皇宮內院製造供皇帝使用的瓷器和皇帝賞賜給臣僚的御窯。

由於御窯廠的特權所在，歷來薈萃著景德鎮的陶藝精英和能工巧匠。它雖然專為皇帝燒制瓷器，而客觀上則為中華民族創造了大量瓷文化的奇珍異寶。除了不少流失於海外，至今尚有許多陶藝珍稀品為故宮博物院所珍藏，並向海內外遊客作展示。御窯廠是官窯的象徵，是陶藝瑰寶的搖籃。歷來，人們對御窯廠充滿神秘感

與好奇心。

## 2、景德鎮御窯廠

位於景德鎮珠山御窯廠遺址是元、明、清三代專造宮廷用瓷的皇家窯廠，一九八三年被公布為景德鎮市文物保護單位，該遺址保護範圍為：東至中華路，西至東司嶺，北至彭家弄，南至珠山路。其保護範圍為 5.43 萬平方米。景德鎮御窯廠是中國燒造時間最長，規模最大，工藝最為精湛的官辦窯廠。此地集中了最優秀的人才，最精湛的技藝，最精細的原料，最充足資金，造出了許多精美絕倫的瓷器，成為真正的無價之寶。御窯廠在陶瓷發展史上佔有特殊重要的地位。

中國是瓷器的祖國，而宋、元、明、清四代官窯則是中國古瓷中的精華。四代官窯瓷器是當時技術水平最高的工匠為滿足帝王和朝廷之需，用質地最優的原材料制作而成的，其造型與紋飾也都出自宮廷畫家之手，因而這類瓷器無論是在當時或是現在都具有重大的藝術價值和經濟價值，是中華民族文化中最有代表性的瑰寶。過去御窯所製作之瓷器不能流於民間，相傳每製作 100 件的成品之中只有 4 件能獲選入宮，因此許多剩下的次級品、試驗品等都被砸毀，必集中掩埋在御窯廠區，而近年陸續被挖掘出土。

就歷史情況來看，北宋王朝設置在汴梁的官窯由于黃河水患，遺址不見蹤跡，南宋杭州官窯雖有發現，但遺址暴露于地表，容易遭受破壞，故出土之物絕大多數不能復原，唯獨元、明、清三代官窯都設置在今景德鎮市中心--珠山，其遺址地下遺存極為豐富，已出土元代官窯瓷器和大量明代洪武、永樂、宣德、正統、成化、弘治、正德年間的各類器皿，對研究中國陶瓷發展史有著極為重要的意義。

景德鎮的御窯廠應當是發展於元初而於明、清發展興盛，綿延近七百多年。由於御窯廠所代表之權威，因此景德鎮可說是匯集了陶藝精英和能工巧匠。雖然是專為皇帝燒製瓷器，但客觀上則是為中華民族創造了大量瓷文化的奇珍異寶。除了流落於海外，至今尚有許多陶藝珍稀品為故宮博物院所珍藏。御窯廠是官窯的象徵，是陶藝瑰寶的搖籃。歷來，人們對御窯廠充滿神秘感與好奇心。

### (二) 景德鎮陶瓷館

景德鎮陶瓷館，建於 1954 年，為一三層結構建築，其中一、二樓為展廳，全館共有展品 2,400 餘件，分別按年代順序展示。景德鎮陶瓷館位於市區風景秀麗的蓮花塘畔，南臨市中心廣場，交通十分便捷。該館是 1953 年由中央文化部提撥專款建造，1954 年建成正式對外開放，是新中國成立後建館最早，規模較大，藏瓷豐富的一所陶瓷藝術專業性博物館。

全館共分五個展廳，第一展廳展出之作品由五代、宋代和元代三部分組成。其中

以宋代的影青瓷、印花瓷和元代的青花瓷、高溫顏色釉瓷最為奪目。

第二展廳則主要以展出明代官窯瓷器為主，此一時期之官窯器製作及裝飾手法主要有青花、青花鬥彩、五彩、紅綠彩和顏色釉等。

第三展廳則展出是景德鎮陶瓷史上最為璀璨的清代陶瓷。此時期發展出之陶瓷工藝已是集天下之大成了，包括汝窯、龍泉窯、哥窯等各大名窯的陶瓷技術。而景德鎮特有的青花裝飾技法也有進一步的發展，分水法的使用青花裝飾達到了中國繪畫的效果。陶燒瓷煉技術的成熟在郎窯紅、鈞紅、裂紋釉等高溫顏色釉瓷中得到體現，對景德鎮現代陶瓷業影響深遠的粉彩技術也在清代陶瓷業的激烈競爭中應運而生，並且粉彩裝飾技藝在清代晚期達到了其第一個高峰。也就是在這一時期，確定了景德鎮陶瓷向繪畫裝飾方面發展的大趨勢，為景德鎮現代陶瓷在世界陶瓷業中佔有一席之地打下了牢固的基礎。

第四展廳則為民國時期的陶瓷作品，此時期由於諸多的歷史原因造成景德鎮陶瓷史上的一次衰退，整個陶瓷界只有在陶瓷繪畫領域一枝獨秀，因此出現了以珠山八友為代表的一批陶瓷彩繪藝術家。

第五展廳則是景德鎮現代陶瓷展，展出近代景德鎮各種工藝陶瓷。

中國是一個製瓷大國，陶瓷文化記載著中華民族文明的輝煌歷史，而景德鎮是中外聞名的瓷都，擁有多處具珍貴價值的官窯遺址和歷代瓷器，因此以博物館濃縮和展示陶瓷文物之精華，並再現景德鎮歷史歲月和光輝業績，對於保護景德鎮豐富的文物資源，宣傳悠久之陶瓷歷史文化，對於發展當地文化觀光旅遊事業，具重要歷史和現實意義。

### **(三) 景德鎮陶瓷歷史博覽區**

景德鎮陶瓷歷史博覽區是大陸國家 4A 級景區，同時也是江西省重點文物保護單位及明清古建築群集聚地，該博覽區位於景德鎮西市區楓樹山蟠龍崗。整個園區面積約 600 畝，整體呈現結合人文與自然，並集結陶瓷文化、傳統陶瓷製作體驗及娛樂休閒為一體，包括古窯和陶瓷民俗博覽館兩部分。景德鎮擁有一千多年的製瓷歷史，自北宋景德元年至清代，景德鎮為宮廷燒製瓷器的歷史達 900 餘年，是世界上最大的古代皇家瓷器燒造地。而陶瓷歷史博覽區保存了中國乃至世界上最為豐富獨特、完整的陶瓷文物遺存，從古建築、古作坊、古工藝、古窯房、古瓷俗、古園林，整個區域成為景德鎮悠久陶瓷歷史文化的縮影。

景德鎮陶瓷歷史博覽區於 1984 年對外開放，區內明清古建築群錯落有致，古樸清雅、富麗堂皇；古作坊則構造簡潔，風格獨特；古窯房構架精巧，質樸實用；古工藝流程精確，分工精細，組織嚴密，工序良巧。

周遭環境群山環繞、林木蔥郁，由明、清瓷業建築和世俗民居建築、古代手工製瓷工藝原貌呈現，構成了極富內涵和獨具特色的陶瓷歷史古文化區。從古代製瓷作坊、鎮窯、宮廷御瓷、四大傳統名瓷、瓷行、陶瓷民俗陳列、古窯群、瓷碑長廊、瓷

樂演奏等。

#### （四）景德鎮陶瓷學院

景德鎮陶瓷學院位於景德鎮市東郊，是江西景德鎮市唯一一所本科學院，同時也是全大陸唯一一所培養陶瓷專業人才的高等學府。每年招生上萬人，陶瓷人才取之不盡，該學院於 1958 年建校，其前身為 1910 年的中國陶業學堂，長久以來為中國陶瓷行業提供了大量的專業人才。

早期的景德鎮陶瓷學院是以單一陶瓷為訓練專業，而現在則已發展為以陶瓷工科為主體，並兼備文學、藝術、經濟、管理等學科，成為一體系完整、專業人才集中的多學科之陶瓷高等教育學府。現在，學院裡還設有材料科學與工程學院、設計藝術學院、陶瓷美術學院、機械電子工程學院、工商學院、資訊工程學院、科技藝術學院和人文學院等院系，校區擁有大陸唯一的國家日用及建築陶瓷工程技術研究中心、中國輕工業陶瓷研究所、全國日用陶瓷檢測中心等科研機構。

此外，陶瓷學院師生藝術創作豐沛，於校內設有作品陳列室，作為師生作品交流之場所，定期展出學院內優秀師生之創作作品。本參訪團到訪當日，由陳雨前副院長接待參觀該學院師生藝術創作作品，許多教師的作品更被國內外著名的博物館收藏。校園內設有教師作品陳列室及研究生作品陳列室、學生作品陳列室、古陶瓷作品陳列室等，現代陶瓷創作作品水準頗高。

#### （五）瑤里古鎮

瑤里，古名窯里，位於江西省景德鎮市浮梁縣東北部，距離景德鎮市區約 55 公里，北部與安徽省的休寧縣毗鄰；東部與江西省的婺源縣接壤。瑤里鎮始建於西漢末年，當地依瑤河流域而建，是景德鎮瓷業的發祥地，因景德鎮瓷器的主要原料—高嶺土便是產於瑤里附近的高嶺山，當地因陶瓷發祥地而得名，現在則是中國歷史文化名鎮之一。此外，瑤里還以茶葉聞名，素有「瓷之源、茶之鄉、林之海」之美譽。2005 年該鎮被列為國家重點風景名勝區、國家森林公園、礦山公園、4A 級旅遊景區、中國首批生態村，景區總面積約 192 平方公里。

明代以前，瑤里一直是景德鎮地區的製瓷中心，清代以後則是因長期的大規模開採，境內的高嶺土儲量大量減少後，製瓷的主要原料缺乏，導致瓷器作坊和瓷工南遷至景德鎮。製瓷中心地位移轉，然而瑤里至今仍留存有古礦坑、窯址和作坊、水運碼頭、古驛道、商業碼頭、集鎮、村落等遺址。

同時由於瑤里與安徽南部的休寧、祁門、歙縣、黟縣和屯溪屬於徽州文化圈，因此瑤里地區的民俗習慣比較接近皖南的徽派文化。從當地的建築可以看出徽派風格特色，古建築錯落有致地分布在瑤河兩岸，特別明、清時期古老的建築至今保存完好。

古鎮裡展示有徽派「三雕」藝術的獅岡勝覽、程氏宗祠；有展現封建家族禮儀思想的進士第；有再現革命鬥爭歷史的「陳毅舊居」紀念館、抗日動員大會會場等；有印證往日繁華景象的明清商業街、徽州古道；收藏瑤裏文物的博物館、古戲臺等。

瑤里山高林密，雲霧繚繞，自然景觀豐富，同時盛產茶葉，自唐代以來，瑤里便

是著名的貢茶產地。因此，唐代著名詩人白居易曾有詩曰：「商人重利輕別離，前月浮梁買茶去」。瑤里曾是浮梁縣重要的工商城鎮，商業經濟非常發達，尤其以陶瓷產業出名，瑤里的陶瓷產業往景德鎮城區遷移後，現今瑤里幾乎完全沒有陶瓷工業和陶瓷商貿活動。整座古鎮呈現原始純樸風貌，當地居民仍生活其中，與遊客形成一種呼應。

#### （六）繞南陶瓷主題園區

繞南陶瓷主題園區屬瑤里五大景區之一，位於浮梁縣瑤里鎮東北，繞南陶瓷主題園區位於繞南村旁，園區內古民窯、古作坊散佈其中，同時是目前景德鎮市瓷業遺址保存最為完善的地區，因此對於研究中國古代瓷業生產狀況具有重要參考價值。該園區主要是按照以舊修舊的原則修復重建了釉果手工作坊、陶瓷手工作坊、龍窯遺址、水碓小世界等陶瓷文化遺址。

此地保存了多處宋、元、明等時期的古窯遺址，有大量的古礦洞、古水碓等瓷業遺址，因此對於研究景德鎮古代瓷業生產狀況具有重要參考價值。園區內有用古窯出土的窯業遺物和陶土一起砌築而成造型奇特的牆，上面鑲嵌著宋元明三代的碎瓷片和匣鉢碎片，河岸車輪旋轉的古水碓作坊。

另有景德鎮現存不多的古釉果作坊之一古釉果作坊，由淘洗池、沈澱池、稠化池和泥床組成，是。因這裏生產的釉果質量優異，有“高嶺土，瑤里釉”的美譽。此外，有八座宋元時代龍窯遺址，龍窯在古代是一種較為先進的窯，它是青瓷的搖籃。由於這種窯的窯身多依山坡或土堆呈長方形傾斜砌築，與地平線構成 10~20 度角，宛如一條火龍自山上而下，所以稱為龍窯。此地之古窯遺址還成為大陸電視劇取景拍攝景點之一，該電視劇主要以瓷都景德鎮製瓷業為故事背景，劇名《青花》便已透露其故事大綱，而選擇以古窯遺址為拍攝地點，使該故事之時代背景更具說服力。

#### （七）汪湖生態遊覽區

瑤里最為秀麗的景色當數汪湖生態遊覽區，汪湖位於景德鎮市與安徽省交界的山區，是景德鎮市瑤里鎮管轄的村莊。汪湖村位於海拔一千三百多米處，是景德鎮地區地勢最高的山村，山峭林密，景色雄奇，此地有 95 科 648 種木本植物，生態園區有數百種野生動物繁衍生息於其中。有流泉飛瀑、奇石洞天，又有千年樟群、原始森林；又有因大自然造化而形成的天河谷，潭幽谷深，南山瀑布位居風景秀麗的南山之巔，由數段瀑布組成的瀑布群，頗為壯觀，是一集山、水、岩、林為一體之自然生態觀光區。

### 三、心得與建議

#### （一）善用前人留下之文化資產

景德鎮在歷史上曾獲得無上的榮耀，專為皇宮服務之官窯及御窯都設於此地，

而景德鎮市政府亦懂得善用景德鎮瓷都之名及前人留下的文化資產。當地政府近幾年積極恢復各地文化遺址，依託歷史賦予這個城市的文化底蘊，將老祖宗留下之文化資產轉變為文化資本。

## （二）部分文化機構經營方式仍有改善空間

景德鎮雖具有豐富的陶瓷文化遺產，譬如官窯、御窯及相關博物館等，整體而言，因其歷史發展悠久，相關收藏之文物豐富，但本次參訪景德鎮數個文物展示館及陳列館，部分展示方式過於簡陋，以陶瓷館為例，展出之文物陳列方式過於制式而無法吸引參觀者，展示說明資訊亦不夠清楚。

## （三）設有相關專業人才培訓機構

「集天下名窯之大成，匯各地良工之精華」的景德鎮，自古便以薈萃原料、技術、人才、產業聚落等優勢而發展成千年瓷都，優秀匠師聚集於此，陶瓷製作人才濟濟。進入近代後，因此地設有全大陸唯一的一所陶瓷學院，直接提供培育發展陶瓷產業所需之相關人才，成為當地產業之發展優勢之一。

## （四）以陶瓷發展文化旅遊

因景德鎮屬內陸城市，城市整體發展受地理環境影響，因此仍不如沿海都市，然而自古在活絡的陶瓷產業加持下，景德鎮的陶瓷文化成為其獨一無二的城市特色，以陶瓷為主題發展文化旅，成為行銷景德鎮的亮點。



景德鎮御窯廠門口



藏有大量明清時期御窯作品的龍珠閣





陶瓷館導覽人員為本參訪團進行展覽解說



景德鎮陶瓷館入口



景德鎮陶瓷歷史博覽區瓷樂樂器演奏



景德鎮陶瓷歷史博覽區內手工坊匠師現場示範



景德鎮陶瓷學院國家日用及建築陶瓷工程技術研究中心



參觀陶瓷學院師生作品展示





瑤里古鎮特有徽派風格建築（馬頭牆）



瑤里古鎮民宅一隅



繞南主題園區龍窯遺址



依山坡或土堆呈長方形傾斜砌築之龍窯

# 國家文化產業創新與發展研究基地座談會 會議記錄

撰寫人：鄧安琪

時間：99年8月2日

地點：上海交通大學「國家文化產業創新與發展研究基地」

## 壹. 與會人員：

- 一、臺灣／2010大陸地區文化創意產業交流考察計畫訪問團 18人
- 二、大陸／中華文化聯誼會（大陸「文化部」）、上海文化聯誼會（上海文廣局）及上海交通大學「國家文化產業創新與發展研究基地」有關單位代表 18人

## 貳. 內容重點：

### 一、座談議題論述

#### ◆ 大陸文化創意產業發展脈絡

論述人：胡惠林 上海交通大學媒體與設計學院教授  
「國家文化產業創新與發展研究基地」主任

#### （一）大陸文化產業早已存在，其脈絡為：

1. 改革開放前屬於計畫經濟的一部分，非行業經營方式。
2. 改革開放後，大陸經濟結構戰略性調整及經濟發展的方式轉變。「文化部」在1998年成立文化產業司。在加入WTO之後，文創產業發展更快。發展文創產業也於2002年正式成為政府主導的戰略政策。
3. 「十一·五」時期，各地方政府開始編製文化產業發展計畫，目前已進入了「十二·五」時期。

#### （二）上海的文化產業發展，是逐步的在城市發展改造及經濟轉移過程中，由自發性地到官方主導地發展了許多文化創意園區。特別是舊城改造，這是在經濟轉型之下所提供的新思路，在城市發展上別具意義。

#### （三）上海交通大學「國家文化產業創新與發展研究基地」在上述背景下，於1999年2月2日成立，是大陸地區第一個文創研究基地，並在「文化部」的指導下，開展大陸文創產業發展的一系列重大理論，同時也與臺灣文化界多所交流。

#### ◆ 設置對臺單一窗口

論述人：蕭夏勇 中華文化聯誼會副秘書長  
「文化部」港澳臺辦公室臺灣處處長

#### （一）大陸在文創產業上的橫向協調部委較多，如動漫部分就有十個部門。文創產業內容類型多，各項業務的主管部門在面對兩岸交流都有所限制，如廣電主管部門只能談影視，新聞總署只能談出版品，在交流部分目前僅限於

參與影視影展、圖書展，而最終還是需「文化部」出面進行協調。

- (二) 「文化部」在面對文創產業振興課題的主要部門有：
  - 1. 文化部產業司：主要負責指導、協調工作；
  - 2. 對外文化聯絡局和港澳臺辦公室：主要負責具體開展國際交流及港澳臺交流。
- (三) 對外文化聯絡局設有「對外文化貿易處」，在 2006 年又設有「國際文化經濟組」，之後該組改設於產業司之下，主要是針對在大陸舉辦的國際性與地區性的博覽會，以及大陸的文化產業推廣；而針對港澳臺地區的部分仍是在港澳臺辦公室。因此「文化部港澳臺辦公室」可以擔任單一窗口。
- (四) 從交流及產業合作角度而言，港澳臺辦公室扮演重要的角色。許多臺灣團體尋求「國臺辦」協助，但最終還是由港澳臺辦公室提供具體的指導與協助。這是因為「文化部」有產業文化司負責設計產業政策、園區規劃、投資的制定等；還有文化市場司負責演藝市場、藝術市場、網絡遊戲等，因此在涉及兩岸的部分，就由港澳臺辦公室提供資料及專業資訊。
- (五) 由於大陸腹地遼闊，不同於臺灣，在工作上是屬於「線性」執行，從基層到文化局、廳，最後由「文化部」通過跨部委的方式處理。

#### ◆ 對等開放市場與互設辦事處

論述人：蕭夏勇 中華文化聯誼會副秘書長  
「文化部」港澳臺辦公室臺灣處處長

- (一) 單方面談開放市場是沒有效率的，而要對等開放則需雙方進行協商。此次 ECFA 即談到網路遊戲的部分，大陸對此的觀點是：若開放臺灣業者來大陸設點，則陸方要控股，而這方面也是相對應的。
- (二) 雙方在面對開放市場的議題通常都會遭遇許多問題，例如修法、業者施壓、文化產業體質的弱勢等，這些問題不是研討會或座談會可以解決，必需經過兩岸協商。
- (三) 在兩岸交流方向，我們需要民間辦事處來啟動文化方面的交流，因此設立辦事處是有所必要；但在設立辦事處之前，需要雙方先進行協議，正如先有兩岸的旅遊交易協議，之後才有海峽觀光協會、旅遊協會等辦事處成立。
- (四) 在 ECFA 簽署後，兩岸文化產業交流上最重要的課題是要提昇到兩會協商；而在協商之前，雙方都應去瞭解各自相關產業需求，如此才能有效率地進行討論。而文化交流除了美博館及文化遺產的交流外，另一重要部分就是文創產業。透過協議，能規劃一些雙方都鼓勵的方向，這應該被放入未來的討論中。

#### ◆ 建構交流平臺

論述人：蕭夏勇 中華文化聯誼會副秘書長  
「文化部」港澳臺辦公室臺灣處處長

- (一) 目前兩岸交流的平臺有很多，主要分為三類：
  - 1. 各種對話、論壇：這類的平臺對兩岸推動政策有很重要的功能；

2. 文博會：這是對廠商有實質幫助的平臺；
  3. 學術研討會。
- (二) 大陸最近有許多文化產業協會、行業方面的協會，這可以與臺灣民間企業建立起工作聯盟，成爲另外的一種平臺。
- (三) 上述的平臺都皆可行，但最重要是雙方主管部門之間要如何發揮更大的作用與影響力。

#### ◆ 大陸文化產業機構介紹與現況

論述人：胡惠林 上海交通大學媒體與設計學院教授  
「國家文化產業創新與發展研究基地」主任

##### (一) 文化產業機構：

1. 高校部分：主要集中在上海交通大學、北京大學、清華大學、南京大學、山東大學、華中師範大學、雲南大學、中國海洋大學等。此外包括四川大學、重慶大學、中山大學等都有不同的文化產業研究中心或研究所。
2. 「國家級」研究中心：除上海交通大學的「國家文化產業創新與發展研究基地」、北京大學的「國家文化產業創新與發展研究基地」之外，還有六個「國家文化產業研究中心」。此八個研究機構主要屬於「文化部」。
3. 社科院系統：中國社會科學院、上海社會科學院及其他地方的社科院，皆有相應的文化產業機構。另外「國家廣電總局」及「新聞出版總署」皆設有相關研究所。

##### (二) 機構現況：高校的研究機構發展較早，目前不同於以往學院的研究而屬於開放式：

1. 外聘校外專家：包括業界、主管行政部門及其他大學研究所專家學者。
2. 各校間資源互通：訊息相互溝通，如有重大項目則可以聯合合作。

##### (三) 培育狀況：各研究機構的培育方式不同，上海交通大學已有學士、碩士、博士、博士後的人材培養，清華大學只有碩、博士。交通大學起步較早，我們著眼於專業的學術建設，同時對於國家文化產業發展的需求，我們做基礎理論研究的同時，也做重大戰略問題的研究及決策問題的研究。

---

## 二、交流問答：

#### ◆ 臺灣文化創意產業的發展

發言人：李仁芳 行政院文化建設委員會副主任委員

##### (一) 臺灣文創產業的發展同樣是從民間的自發開始，今年立法院通過「文化創

意產業發展法」，針對文創產業投資融資與獎勵、鼓勵、輔導與環境準備提出協助。

(二) 臺灣的創意加上大陸的市場，兩岸的經貿合作讓韓國創造出「Chiwan」一詞。文創產業能創造出廣大效益。

#### ◆ 建立雙方相互交流的常態性平臺

發言人：方芷絮 行政院文化建設委員會一處處長

(一) 此常態性平臺特點有三：

1. 跨界的平臺：如動漫與科技，藝術與數位結合。
2. 在科技基礎上發展。
3. 能運用在生活上。

(二) 臺灣啟動文創博覽會

1. 從原創到周邊運用的整體概念，邀請民間的文創業者參與。
2. 策展概念的加入。
3. 借重論壇方式，邀請業者分享產業的概念、創業過程及經驗等。
4. 提供媒合的機會，創造實質的合作，帶動華人地區生活等各方面利基的架構。
5. 活動辦理的時間雖短，但效應應該放長到未來，希望彼此能在此基礎下建立起共同努力的方向。

#### ◆ 文博會的統整與互動

發言人：蕭夏勇 中華文化聯誼會副秘書長  
「文化部」港澳臺辦公室臺灣處處長

(一) 大陸文博會介紹：

1. 國際性質：如深圳文博會，也是最早、最成熟的文化博覽會，極具專業。
2. 兩岸性質：如廈門文博會，由地方政府支持。
3. 地方性質：如北京文博會。

(二) 文博會應由專業與具成熟度的團隊處理相關事宜。

(三) 透過臺灣此次的文創博覽會的舉辦，期望有良好的互動，相互供一些優惠的參展條件。

(四) 將協調大陸文博會資源與臺灣方面合作，減少同質化問題，並與世界網絡連結。

#### ◆ 提問：大陸文創產業政策的大方向、智慧財產權的課題

發言人：馬湘萍 行政院曾志朗政務委員辦公室秘書

回應：榮躍民 上海交通大學兼任教授  
中共上海市委宣傳部理論研究室副主任



- (一) 在大陸的文化創意產業發展，上海發展較早。然而在過去的計畫經濟體系下，過去講社會效益而不特別講究經濟效益。
- (二) 上海文化產業在 90 年代後主要面臨兩個挑戰：
  1. 市場經濟體制改革。
  2. 新經濟快速發展，城市經濟結構轉型：由於改革開放前製造業較多，開放後技術發展較快，其中文化產業隨著經濟結構的調整也扮演重要的角色。
- (三) 創意產業最重要的是科技研發，發展迅速，現佔 GDP 的 7%。
- (四) 上海有 100 多個創意園區，許多是利用老建築物改造。這部分在上海發展很快，前景看好。

◆ 提問：ECFA 談判中，大陸對於文化方面的相關議題與方向為何

發言人：馬湘萍 行政院曾志朗政務委員辦公室秘書

回 應：蕭夏勇 中華文化聯誼會副秘書長  
大陸「文化部」港澳臺辦公室臺灣處處長

- (一) 相關議題包括電影、網路遊戲、電視劇放映時間等。
- (二) ECFA 對於服務貿易涉及較少，雙方都需要再進行探討。在這之前，必需先瞭解業者的需求。
- (三) 在談判前應對彼此的需求有所認知，在談判桌上才會有共識；主管單位先在技術層面上進行磋商，在兩會對談下才會很快有成果。

◆ 提問：大陸對於「智慧財產權」的處理方式與態度

發言人：馬湘萍 行政院曾志朗政務委員辦公室秘書

回 應：凌金鑄 上海交通大學國際與公共事務學院教授  
「國家文化產業創新與發展研究基地」文化行政與立法中心主任

- (一) 立法問題：大陸的智慧財產權的體系已臻完備，而其中最核心的著作權法已於 1990 年頒布。其背景是美國在 301 條款下向各國進行談判。第一次談判在 1989-1990 年，成果是大陸正式頒布著作權法；在 2000 年因涉及 WTO 的談判問題，因此進行著作權法的修正，目前的法律完全與世界接軌。
- (二) 執法問題：「愈來愈好」，然而各別地方仍有問題存在，而在執法的力度上目前是較好的。

回 應：胡惠林 上海交通大學媒體與設計學院教授  
「國家文化產業創新與發展研究基地」主任

- (一) 在 WTO 談判後，大陸在「智慧財產權」上已有完備的體系，然而現階段大陸在發展文創產業時，不同的地區是處於不同階段，其優勢與制度面也不同，因此表述也不同，這是發展階段上的問題。因此在執法面上會遇到許多的矛盾與問題，是「成長中的煩惱」，展現出各地在文化、經濟與法律認知上的不平衡，也是磨合的過程。

◆ 提問：文化投資在大陸的狀況

發言人：李仁芳 行政院文化建設委員會副主任委員

回 應：胡惠林 上海交通大學媒體與設計學院教授  
「國家文化產業創新與發展研究基地」主任

(一) 文化投資的問題涉及到中國大陸的金融改革問題，由於大陸的資本市場並非完善，在別的企業界中問題不大，但在文化事業及企業單位裡，問題相較起來是多的。對於文化投資，我們所遇的問題有二：

1. 管理單位的不明確：就文化單位而言，以往是由國家管理而非企業，但現今曖昧不明，不是國家管理，但也不完全是資產法人，資本結構也有問題。
2. 文化企業對資金管道的不理解：金融界不等於銀行界，如果企業要使資本資金活絡，則要去面對金融市場及資本市場的問題，而這部分無法請銀行協助，必須要有專門的基金，但這又使成本提高，因此這些問題並非能一言以蔽之。

(二) 在四月份，「文化部」、「財政部」等九個部委共同發表《關於金融支援文化產業振興和發展繁榮的指導意見》(簡稱《指導意見》)中，鼓勵保險業者投資文化產業，這是一項重要突破，借鏡了國外的案例，但形成一個有效的市場運作機制仍需過程，且企業的觀念必須修正，而修正之後也要面對金融風險的問題。

回 應：榮躍民 上海交通大學兼任教授  
中共上海市委宣傳部理論研究室副主任

(一) 文化產業與製造業在金融投資角度來看有兩種最大的差異：

1. 內涵不同：文化產業有很大的一部分是非物質，企業管理的是固定資產，文化產業無物可抵押。
2. 風險大。

(二) 企業若無成熟的金融融資手段，則難以有大的發展，因此文化企業多屬中小型，若要擴大規模有其難度。

(三) 目前有相關政策協助，對一些有信譽、品牌的企業則有幫助。

(三) 大陸的文化企業與臺灣比較，臺灣在營運及管理方面是優於大陸的，這是因為大陸有廣大的市場，因此不重視營運管理仍可存活。

◆ 提問：《指導意見》的屬性及主要負責與管理單位

發言人：李仁芳 行政院文化建設委員會副主任委員

回 應：胡惠林 上海交通大學媒體與設計學院教授  
「國家文化產業創新與發展研究基地」主任

(一) 幾年前產業融資碰到瓶頸，學界一直不斷地發表文章談論此問題，壓力促使金融業重視文化產業的融資問題。

(二) 《指導意見》屬於「指導性質」，可以作為金融支持文化產業的依據。

(三) 具體操作方面，上海已由文廣集團及報業集團為發起人成立基金，具仲介性質，協助銀行評估文化產業，屬於公共募集，目前已有 20 億，銀行另外給此基金 100 億的授信。

(四) 文化產業從現階段大陸的管理體制來看，中央宣傳部是重要的管理部門之一，就金融機構來說，中國人民銀行是主管機關。

回 應：蕭夏勇 中華文化聯誼會副秘書長  
「文化部」港澳臺辦公室臺灣處處長

(一) 銀行不是自己有意識，而是因為政府介入。「文化部」已與一些銀行簽署金融支持協議，要求銀行支持某些領域的產業，這些銀行包括中國進出口銀行、中國工商銀行、北京銀行等。

(二) 中央管理人的部分，黨的部分是中央政治局常委李長春，政府部分是溫家寶總理。

---

### 三、總結：

李仁芳 行政院文化建設委員會副主任委員

總結今日座談會討論，有三件重點深具意義：

(一) **兩岸主管部門要先對話**：文化交流及服務貿易應該要浮上檯面。兩會的談判是為必要，而在談判之前主管部門要先對話。主管部門對於業者的需求應清楚，從利益的整合、雙贏共贏的方向去發展，較為成熟後兩會再進行會談，相信這部分很快能實現。

(二) **文創產業的單一窗口問題**：基本上臺灣過去是習慣遍地發展，但某種程度的力量匯集也是必要的，隨著臺灣文化部成立，將會愈來愈容易發展單一窗口。

(三) **兩岸文博會的加強交流**：希望能凝聚力量，在華人地區整合發光發亮能量，在面對全亞洲、全世界時能爭取更大的市場、發揮更大的力量。

胡惠林 上海交通大學媒體與設計學院教授  
「國家文化產業創新與發展研究基地」主任

希望未來有更多的機會來討論問題，希望常來常往。

參. 會議結束 (11:50)



# 上海世博會臺北館

撰寫人：葉昇宗

時間：99 年 8 月 2 日

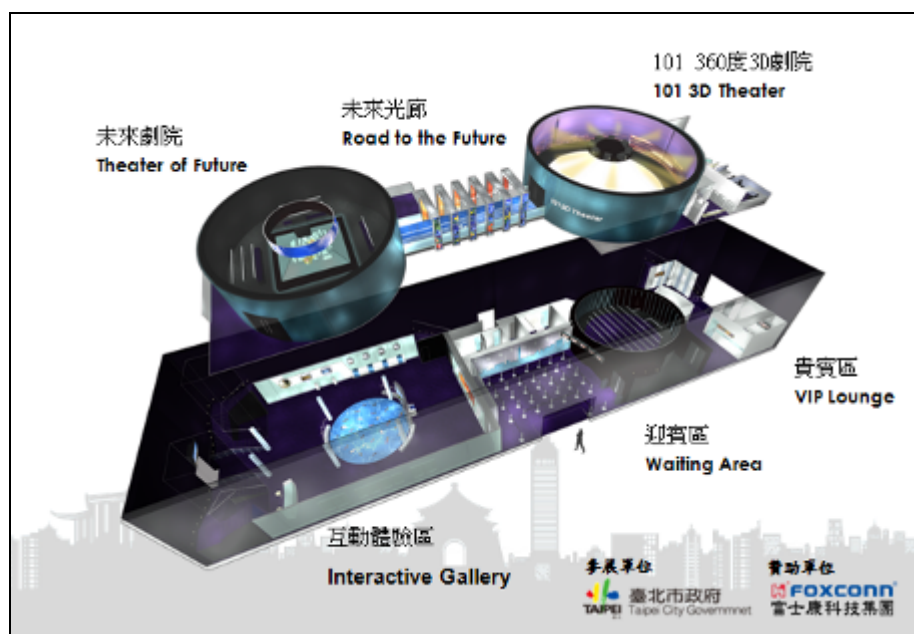
地點：上海世博會臺北館

## 一、目的

- (一) 了解此次世博會中會展業及相關技術應用於城市行銷之成果
- (二) 了解數位科技與文化創意產業合作之實際應用案例

## 二、過程

(一) 展館介紹：臺北館位於「最佳城市實踐區」的「B4—3 建物」。展館面積達七百九十二平方公尺，高十九公尺，外觀是玻璃帷幕，內部用原木搭建；整棟臺北館以回收建材製成，全部由鴻海集團負責。爲了落實環保、節能及綠色工程目標，從展示內容籌備、興建、營運管理到展後的各項工作及建材，都以「減量、回收、再利用」爲目標，期待透過臺北館，完整表達獲選爲「城市最佳實踐區」的兩大參展主題。展館分區如下圖—



(二) 參展主題：

### 1. 資源循環、永續社會

對臺北市民來說，幾乎沒有東西算「垃圾」。臺北市自 2000 年 7 月實施「垃圾

費隨袋徵收」後，除資源物品外，民眾需使用附加「垃圾費」的專用垃圾袋，市政府以垃圾越少、付費越少為誘因，增加市民落實垃圾分類的動力，配合市民高度的環保意識，成就了臺北市領先世界許多先進城市的資源回收成果。

臺北市民日復一日地實踐著「資源全回收」，每一個人的小小努力，造就城市的不平凡。臺北市家戶垃圾量因此從 2000 年的日平均 2,970 公噸，到 2009 年減量至 1,009 公噸，減量率為 67%，資源回收比例也從原本的 2.4%，提高到 45%。

2005 年，100 多個城市簽訂「舊金山綠色都市宣言及城市環境協定」，共同承諾 2040 年達成垃圾零掩埋的目標，臺北市卻提早在 2010 年底即可達成，領先目標 30 年！臺北市將在良好的物質循環機制上，持續推動各項環保措施，為後代子孫打造永續的綠色城市，也為保護唯一的地球而努力。

## 2. 無線寬頻、寬頻無限

過去 10 年，臺北市積極建設寬頻網路設施與推動電子化政府，努力打造臺北成為網路新都，並在 2006 年獲得智慧社區論壇（ICF, Intelligent Community Forum）頒發「年度最佳智慧城市」獎項殊榮。

臺北市政府於 1999 年著手推動網路新都計畫，歷經 2 階段、8 年的時間，成果斐然。第 1 階段（1999~2002）：以「多用網路、用馬路」為理念，建置公務網路，提供市民 24 小時全年無休的市政服務；第 2 階段（2003~2006）：以「數位城市、行動臺北」為願景，致力於建置全市公眾無線區域網路及校園無線網路，加強電子化政府的服務及提升市民數位生活應用。

2007 年之後，更以「智慧城市、質生活」為願景，終極目標是提供市民無所不在的服務。目前，民眾目前已可透過整合的無線寬頻網路系統、IT 系統、通訊和其他先進科技的應用與服務，享受無所不在的網路服務。例如，為隨時掌握並滿足市民對市政的需求，市政府建立了 1999 便民服務專線，提供市民諮詢市政、申請服務或申辦業務時「一個號碼，全面服務」，亦成為臺北市民滿意度極高的市政措施。

另一方面，為達到節能減碳的目標，臺北市積極鼓勵市民以搭乘大眾交通工具。透過智慧型站牌、電話語音及手機，提供市民查詢公車即時動態資訊，讓民眾更樂於也便於搭乘大眾運輸工具。對於開車者，智慧型運輸系統（ITS, Intelligent Transportation System）提供市民以手機查詢停車位資訊，減少尋找車位時無謂的兜轉。

（三）參觀過程：8 月 2 日晚間考察團抵達上海世博會浦西園區臺北案例館，由臺北館館長陳慶安代表接待。陳慶安館長表示，這是世博會舉辦一百多年來，首次有城市參展的機會，因以前都是國家館、企業館、主題館，本次上海市以「城市，讓生活更美好」為主題，讓城市有參展的機會，使城市成為民眾美好生活的展現與實踐。此次臺北市提出「邁向資源循環永續社會的城市典範」與「臺北無線寬頻寬頻無限的便利



城市」2 項案例，在全球 87 個城市所提出的 113 個案例中，經過國際遴選委員會投票通過，在第一批入選名單中同時入選，這是對於臺北市專業市政建設的莫大肯定。接下來由陳館長親自導覽以下館內活動與展示：

1. 迎賓區：在迎賓區可看到郝市長的歡迎來賓影片，考察團在此聽取入館須知後，即接受服務員分發 3D 眼鏡、進入 101 劇院。
2. 101 360 度 3D 劇院：由國際知名導演侯孝賢執導。結合 3D 立體影音多媒體與 360° 環境劇場的舞台燈光，以「臺北·生活·微笑」為主題，營造奇幻的視覺之旅。團員透過 3D 立體眼鏡進入虛擬實境的臺北，體驗全新立體動態的觀影經驗。
3. 未來光廊：連接二個劇院的空中走廊，以 LED 光影演出，參觀者恍如穿越時空、進入 2020 年的臺北。
4. 未來劇院：由國際知名導演侯孝賢執導。在金字塔造型、以及臺北藝術大學設計之臺北盆地模型的展演空間中舞動虛擬影像，並以「Better Taipei, Better Life」為主題，展現無線寬頻及資源循環永續社會的理念，讓參觀者體驗「臺北，讓生活更美好」。
5. 探索臺北：此處播放四支影片，更深入地介紹臺北自然與人文的各個樣貌，讓參觀者對臺北有更深一層的了解。
6. 愛上臺北：參觀者可使用入口處發放之 RFID 感應卡，在此輕鬆啟動 RFID 系統，除了體驗彷彿親臨臺北拍攝紀念照的互動樂趣外，還可參加特別為參觀者準備的個人專屬參觀紀念明信片抽獎活動。
7. 生態臺北：透過三組高度不同的 Touch Panel 互動體驗桌，讓參觀者體驗臺北市民參與環保，使淡水河漸漸擺脫髒亂，回復美麗狀態的過程。
8. 雙城故事：以文字和互相對應的照片，講述臺北與上海二個城市的故事。
9. 微笑的力量：透過互動方式，讓許許多多的臺北市民笑臉與問候，呈現在參觀者眼前。

### 三、心得與建議

#### (一) 展現科技產業實力與應用創新：

1. 臺北案例館除了呈現資源回收和無限寬頻兩大主題之外，亦透過各種創新應用展現臺灣科技產業之實力。包括 3D 影像、互動螢幕、RFID 無線射頻技術等令臺灣傲視全球的科技，皆以創新的面貌出現在臺北館角落。
2. 臺北館由鴻海公司贊助興建營運，一進入臺北館，就會看到全世界最大且是唯一的一面 LED 螢幕，不僅解析度最高、間距最小，光高度就接近兩層樓。世博局甚至必須破例讓市府團隊下挖基地才放得進去。
3. 臺北館參觀遊客的計數方式也非常具有科技味。在進入臺北館之前，每名遊客都會拿到 1 張 RFID「微笑卡」，必須刷卡入館，這張「微笑卡」除了有 1/8 的中獎機會，更能精準記錄遊客人次。

(二) **展現文創產業實力與跨界整合：**

1. 臺北館放映兩部影片不僅融合各種數位科技之創新應用，在演出、拍攝、剪輯、音樂等創作領域都展現一定之實力。雖然上海館以類似之科技應用和主題緊追在後，仍為兩岸三地影視產業最成熟的代表案例。
2. 國際知名導演侯孝賢掌鏡的「臺北的一天」片長六分鐘，透過 3D 影像讓參觀者造訪故宮、廟宇、溫泉等景點，猶如身處臺北的每個角落，親身領略臺北的科技與文化之美。為拍攝實境 3D 影片，團隊還租飛機以空拍方式，同時以 11 組鏡頭拍攝臺北。
3. 在未來劇院中，可以看到臺灣知名舞者許芳宜跳舞的虛擬影像如同在空中飛舞。陳館長表示影片是侯孝賢導演以最新的影像技術製成，拍攝過程中，舞者要在深達 3、4 米的游泳池中跳舞，拍攝過程長達 10 小時之久。

(三) **展現會展服務經驗：**

此次上海世博會無論臺北館或臺灣館，皆展現臺灣過去大型會展經驗，提供體貼又有秩序的服務機制。除了以 RFID「微笑卡」掌控人數外，由於上海當地天氣逐漸炎熱，考慮民眾需求臺北館與臺灣館皆率先採用發放預約券機制，以更人性化的服務，縮短民眾排隊及等候的時間，臺北館也成為城市最佳實踐區第 1 個採取預約制的場館，更引來其他主題館爭相效仿。

(四) **整體城市行銷成效良好：**

世博間許多大陸民眾流傳一句順口溜：「浦西比浦東好，浦西是臺北館最好」，顯見城市行銷成效良好。

(五) **上海世博會臺北館呈現軟硬實力產業整合創新的可能性**

科技產業過去是令臺灣引以為傲的硬實力，文化創意產業則是臺灣積極發展的軟實力。此次上海世博會臺北館呈現了這兩種產業整合創新的可能性，可知未來發展文創產業必須透過科技的推手、全力推動跨界應用，才能發揮臺灣產業的優勢。



整棟臺北館以回收建材製成



臺北館館長陳慶安代表接待考察團



未來劇院中舞動虛擬影像



互動體驗桌呈現淡水河的水質



探索臺北影片介紹自然與人文的樣貌



臺北館體貼又有秩序的服務機制



透過互動方式呈現臺北市民笑臉 彷彿親臨臺北拍攝的互動紀念照 結合 3D 多媒體與 360° 環境劇場  
與問候

# 上海世博會世博會博物館等

撰寫人：林御翔

時間：99年8月2日及8月3日

地點：上海世博會世博會博物館、城市足跡館、中國各省聯合館

## 一、目的

中國於1993年正式成為國際展覽局（International Exhibitions Bureau）第46個成員國，1999年12月8日中國對外宣布以上海為申辦城市，申辦2010年世博會。2000年3月17日中國政府成立2010年上海世博會申辦委員會，並由國務委員吳儀批准，擔任申辦委員會主任，2001年5月2日由中國駐法國大使吳健民正式向國際展覽局遞交了申辦申請書。2002年12月3日，國際展覽局就2010年世博會舉辦城市進行最後投票，由上海以54票對34票擊敗韓國麗水，獲得2010年世界博覽會主辦權。本屆上海世博會主題定為「城市，讓生活更美好」（Better City, Better Life），並有五個副主題：「城市多元文化的融合」、「城市經濟的繁榮」、「城市科技的創新」、「城市社區的重塑」及「城市和鄉村的互動」，讓世界各國以世博會為平台，交流城市發展理念。

中國近年在經濟發展上的成績有目共睹，在國際政治、地緣政治上之影響力亦與日俱增，惟除了經濟、政治、軍事層面的影響力外，中國亦積極透過爭取舉辦各種如亞運、奧運及世博等大型國際性活動，彰顯其與國際接軌的決心，展現其具有成為世界大國的風範，更向世界證明其強大之軟實力。本次考察行程安排上海世博會參訪，除可了解中國政府在本屆世博會的創新規劃、做法，亦可實地感受一個崛起中的大國及國際化程度如上海之城市，如何透過舉辦一國際型活動世博展現其文化、科技水準及民族自信心，進而對國家的發展產生正面向上的引導力量。

## 二、過程

本屆上海世博會舉辦期間為2010年5月1日至10月31日，會場主要沿著黃浦江兩岸（浦東、浦西）規劃設置，總面積達5.28平方公里，為上一屆日本愛知世博會的3倍。展區共分A、B、C、D、E 5個片區，A、B、C 3位在浦東，D、E 2位在浦西，單是中國政府在上海世博會的總投資額即達到450億美元，為世博會史上最大規模，依主辦機構估計，本屆世博將可吸引全球7,000萬以上參觀人次。由於上海世博會共有242個國家及國際組織參加，場館數超過100個，在短短一天半參訪時間內僅能透過上海市政府文化局居中協調安排，針對幾個也許並非最熱門、但也值得一看的場館入內參觀。以下就8月2日下午及8月3日上午參訪過程概述如次：

### （一）世博會博物館

進入世博會園區的第一站為世博會博物館，主要展示歷屆世博會亮相的各種嶄新科技或產品，並搭配有文字或影片的互動式說明。比較引人注意的包含 1851 年第一屆倫敦世博會，當時最具代表性的展示物當屬蒸汽機，宣示工業時代的來臨；1876 年費城博覽會上愛迪生的電報機、貝爾的電話原型，1889 年巴黎博覽會上建成的艾菲爾鐵塔，向世人展現當時跨時代的通訊技術創新及代表工業時代的建築美學；1893 年芝加哥世博會上的爆米花、藍帶啤酒、麥片、口香糖，顯示普羅大眾文化的進展；1915 年舊金山博覽會首次公開展示福特汽車的生產線，展現透過精密的動作分解及流程設計，將可大幅提升工廠生產力。

除了強調科學技術的成就外，從展出物觀察，我們可以注意到世博會亦十分強調自然與人類的關係、人文及藝術、世界文化的溝通交流等多元性價值。例如 1873 年奧地利維也納萬國博覽會即以科學論壇、露天音樂會等活動，強調文化藝術的展示；1967 年加拿大蒙特利爾世博會期間廣邀世界各國一流歌劇、芭蕾、音樂等不同領域藝術家參與表演，展示各國文化相互融合的成果；1974 年美國在斯波坎舉辦以「國際環境博覽會」為題的世博會，為世博會史上第一次明確以環境問題作為主題，也呼應當時全世界對環境保護及世代公平的重大議題的關注，並為之後每屆世博會的必然主題之一，本屆世博會亦同。

## （二）城市足跡館

城市足跡館係由上海博物館進行內部展示主題統籌規劃，主要在呼應本屆世博會「城市，讓生活更美好」的主題，表達人類城市文明發展的歷程，以「城市起源」、「城市發展」及「城市智慧」三個展示廳，依序展示城市的誕生與崛起的重要元素、人文及轉型的城市哲理，以及創意及和諧的城市智慧。在展示內容的選擇上，很明顯是以幾個大家耳熟能詳的古城市文明做為代表，以不同的重要時空片段貫串為代表全人類的城市發展史，其中包含中國、巴比倫、烏魯克、亞述等古文明，以及埃及、印度、雅典、馬雅等於人類史上曾經璀璨輝煌的古代城市。

## （三）中國各省聯合館

若單以展館外觀進行比較，中國各省聯合館應該是最引人注目的展館之一，以「東方之冠，鼎盛中華，天下糧倉，富庶百姓」為主題，高度達 69.9 公尺，為上海世博會最大及最高場館，幾乎已達到世博建築高度限制 70 公尺的上限，外觀是顯眼的中國紅，且由上至下呈現出由深紅至淺紅的不同色澤，在白天陽光折射及夜間燈光投射下，展現出恢宏的氣勢，企圖表達中國文化的精神及氣質。不過大氣往往伴隨著霸氣，從場館外觀來看也隱含著中國在近年崛起後，各種重大建設或國家計畫皆講求最大、最高、最快的心態，而融入中國古代宮廷建築形式的設計，僅能說明即使是現代中國，仍然須從過去帝王封建時代汲取元素並賦予一定新意後，始能滿足西方對傳統中國的浪漫想像（或刻板印象）。

展場總面積為 1 萬 5,000 平方公尺，參與展示設計的團隊陣容十分堅強，包含展示總設計師中央美術學院院長潘公凱、展示設計總監中央美術學院城市視覺文化研究



中心主任黃建成、展示創意總監臺灣策劃人姚開陽、展示影像藝術總監為著名導演陸川，共分為三層，由高至低主題分別訂為「東方足跡」、「尋覓之旅」及「低碳未來」。由於時間有限，參訪團進入館內後直接進入最高的核心展示層「東方足跡」，欣賞一段長達 8 分鐘的影片，以 180 度環繞螢幕播放，以中國文明誕生的意象開場，重點則是 1949 年後的發展，尤其是中國在 1978 年改革開放歷程所經歷的快速進展及背後的努力，搭配氣勢磅礴的配樂，煽情力十足，展現出一部小型史詩電影的氣魄。

觀賞完影片走出放映廳，我們馬上被 100 公尺長的張擇端名作「清明上河圖」吸引著目光，以動態方式呈現清明上河圖上人物、街景、水道等各種細節，帶領觀賞者進入北宋汴京的世界，體會當時中國城市的繁華與熱鬧，實為傳統藝術與數位科技的完美結合。

## 二、心得

作為中國的門戶，上海早已與紐約、倫敦、東京等同為第一級國際化城市，而在中國政府傾全力投入資源積極發展的優勢下，包含金融、觀光、休閒娛樂等產業都已達到相當成熟的程度，其中文化創意產業更與北京並列兩大中國發展核心之一。透過申辦及舉辦世博會的機會，為上海市帶來許多正面影響，可以為我國未來辦理類似大型會展活動之借鏡：

### （一）大型公共建設的更新及興設

從世博會發展歷史來看，多數展館多屬臨時性場館，基於土地及後續維護成本等考量，加上世博會的精神除了形式上的建築外，重點仍在伴隨著展場而生的文化或科技意涵，而這是很難在博覽會結束後仍可持續維持的，因此世博會期間場館皆會於展覽結束後拆除。不過從上世紀 60 年代開始，隨著城市的快速發展，世博會也成為推動城市發展的動力，如何讓展館在世博之後被更好利用，帶動城市的發展變成為一項重大課題，歷屆世博會亦有一些具代表性建的建築被永久保留，含巴黎艾菲爾鐵塔、西雅圖世博會的太空針、大阪世博會的太陽塔，而本屆世博會結束後僅有五大建築會被保留，包含世博軸、中國國家館、世博會主題館、世博中心及世博會文化中心，可預期的是這些場館未來將成為上海另一展示文化科技實力及吸引觀光人潮的熱門地點。而為了迎接上海世博會，根據上海市城市交通管理局統計，光是 2008 年一年內上海市即翻建約 1400 餘條道路，占全市道路總數 26%，而為了疏解世博會後灘地區及耀華地區的交通狀況，上海市城市交通管理局亦特別於盧浦大橋浦東段新建下匝道，其他包含穿越黃浦江的數條重要隧道、捷運及輕軌電車的新建等，使上海市公共運輸體系更加完備並增加全新城市景觀。

### （二）世博會將可帶動文化創意產業及周邊產業的發展

按文化廣播影視管理局接待人員表示，根據統計，世博會期間除了於世博會園區本身創造 2 萬場以上的文化活動外，國際級藝文團體至上海市的表演數量也達到 400

多場，遠超過過去一年平均數量約 200 項，為整個上海市帶來大量且質精之藝文表演活動，創造龐大周邊效益。

### **(三) 對國民素質提升的長遠影響**

中國近年經濟發展突飛猛進，但一般認為距離文明大國仍有頗大距離，其中一個很大的因素即為人詬病的國民素質問題。為了於短時間內改善上海市市民的文化素質，上海市政府於 2009 年 5 月 1 日正式啓動 2010 上海世博會志願者 (EXPO 2010 Volunteer) 招募計畫，總計約有 17 萬人，其工作除了在上海世博會期間於世博會園區內外進行宣傳、秩序維護、訊息諮詢、語言翻譯、應急救援等服務，最特別的是還包含對於一般民眾對於公共秩序、衛生習慣的勸導及教育。此種公民教育雖然屬應急性措施，在世博會園區內舉目所及亦多是逛累了席地而坐甚或躺的民眾，但是長期而言或可使物價水準早已達國際水平的上海市民，也可認知到在收入增加的同時亦應提升文化素質，使城市文化亦可達到國際水準。

## **四、建議**

### **(一) 政府應思考如何以大型會展活動帶動城市發展**

包含歐美日等先進國家在爭取主辦奧運、世博會等大型會展活動時，思考的不只是單一產業的經濟效益，而是如何帶動整個城市發展一個城市是否能爭取國際會議的舉辦權與該城市的國際地位有關。政府實應從整體國家及城市發展的戰略思維，積極爭取主辦適合我國之各種會展活動，進而帶動周邊建設及產業發展，提升城市的國際競爭力。

### **(二) 大型賽會活動成功與否有賴跨部門資源之有效整合**

臺灣外交處境艱困，政府在爭取主辦各種大型賽會活動往往遭遇中國的阻攔，但是臺灣民間包含產業、學術界在許多領域皆表現不凡，具有主辦各類型賽會或展覽活動之有利條件，政府實可以各種政策工具，特別是應加強整合國貿局、新聞局、觀光局、文建會及地方政府資源，以鼓勵或協助由民間單位爭取主辦各種國際大型賽會活動，並發展出具有臺灣特色之賽會或展覽活動，以提升臺灣能見度。

### **(三) 政府應加強大型賽會或活動相關產業之調查研究**

世博會舉辦期為上海帶來龐大觀光人潮及商機，未來衍生之文創等產業周邊效益巨大，但在整體效益部分仍缺乏完整且有系統的估算。未來政府應可適當引用外國資料或標準，針對賽會活動之產值、創造就業、衍生社會效益等研訂更為科學化之衡量方法，以作為舉辦類似賽會活動之政策規劃或評估基礎。



1893 年芝加哥博覽會首次展示之摩天輪模型。



希臘城邦文明代表：講求勻稱之美的雕塑展示。



張擇端清明上河圖大型數位動畫，展現傳統藝術與數位科技的完美結合。

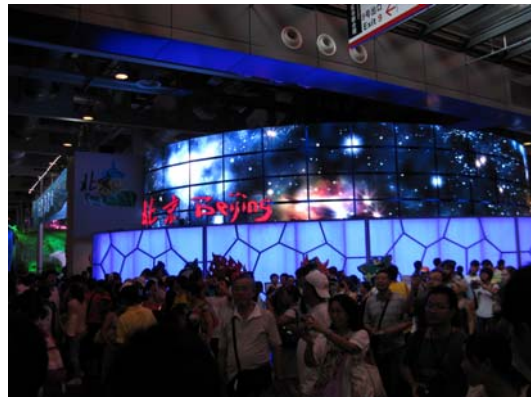


清明上河圖前絡繹不絕的觀光人潮。





中國館一角：雲南館外觀



北京館外觀



從臺灣館遠眺中國館外觀



中國館入口外觀

# 上海世博會臺灣館

撰寫人:周彥汝

時間：99 年 8 月 3 日

地點：上海世博會臺灣館

## 一、目的

自 2009 年 5 月 21 日正式收到上海世博局的邀請後，由臺灣臺北市貿中心規劃興建臺灣館，在短短 199 天工期後，完成一結構複雜，且宛如藝術品的建築，是相當不容易的。

本次訪世博會臺灣館，便是爲了瞭解臺灣如何在世博各展館區，突顯自身特色，以「自然 心靈」二大要素發揚臺灣多元融合的文化，看臺灣館如何以硬體，軟體以及科技與文化，呈現臺灣無可取代的價值。透過場館經營的優劣，提供未來辦理相關業務之參考。

## 二、過程

### (一) 場館介紹

位於上海世博園區浦東 A 區的臺灣館，長方體建築上使用刻有如意花紋的不鏽鋼板鑲嵌於外牆上，展現出極爲精緻的質感，從場館的主體外觀來看，就像是一座透明的巨型天燈，相當亮眼，再搭配上刻有代表臺灣玉山、阿里山等名山稜線的長方體建築，在夜間燈光的輝映之下，更能將臺灣多山的地理特性展現出來，而巨型天燈的部份，則是由 854 片大小不一的玻璃組合而成，並且在玻璃上貼合了超過 15,000 才的先進調光薄膜，經過電壓的控制，可使調光薄膜呈現「穿透」或「霧狀」等不同效果玻璃帷幕內還有一顆重達 130 公噸，直徑長達 16 米，使用了 100 萬顆 LED 燈泡組合而成的巨型 LED 球體，巨型的玻璃燈罩及裡面的 LED 球體之互動展演是臺灣館的重要外部展示項目。

### (二) 展演內容介紹

1. 外觀燈罩及球體演有 3 個主題，分別是：「會呼吸的建築」、「繽紛臺灣七彩篇」以及「華夏百寶篇」，分別由躍獅影像科技、方合廣告、國立故宮博物院負責製作，以不同的概念、主題及創意手法，詮釋出臺灣的自然之美，讓臺灣館在白天與夜晚呈現出截然不同的風貌，也讓參觀世博的遊客，從館外就能欣賞到臺灣的多元之美。
2. 館內的展演同樣是精采可期，進館的入口處，設計了許多小螢幕鑲嵌在臺灣山水與城市的線條上，就好像建築的窗戶，因此稱爲「臺灣之窗」，每一個螢幕會出現一位臺灣居民，包括志玲姐姐，陶晶瑩以及一般民眾等，透過影片闡述心目中美好的臺灣，讓參觀的遊客在此，即可感受到臺灣人的熱情與活

力，接著參觀者搭乘電梯進入位於 5 樓的 720 度「全天域球幕劇場」內，這個 LED 球體，除了外部能播放影像之外，其內部同樣具有展演劇場的功能，只要站在連接 LED 球體兩端懸空的天橋上，觀看投射出來的影像，就可體驗到全方位 720 度的視角，再加上 4D 特效所帶來包含視覺、聽覺、嗅覺...等環境特效的感官刺激，這樣的技術，是臺灣人自行研發出來的影像特效，讓人驚喜連連。

3. 在體驗完「全天域球幕劇場」所帶來的驚喜之後，至二樓的「點燈水台」可以進行點燈祈福儀式，放天燈可說是臺北縣平溪溪每年都會舉辦的祈福盛會，近年來在地方政府的大力推廣之下，已經躍上了國際舞台，點燈儀式將是本次臺灣館的焦點，為了讓來參觀的遊客，了解放天燈的意義，特別設立點燈水台，讓遊客也可以進行祈福的儀式，當點選完心中想要的祈福語後，數盞虛擬天燈將緩緩升空，此外，這邊的大型天燈底座還規劃了雙重的環狀水池，中間的水池將注滿日月潭的水，點燈水台的四周，將環繞著太平洋的水，參觀民眾站在天燈下點燈時，可以感受臺灣四面環海的情境，在日前臺灣館啓航的記者會當中，臺北世界貿易中心王志剛董事長，除了授旗給臺灣館的營運團隊之外，還特別將來自太平洋及日月潭的原水，親自授予臺灣館葉明水總館長帶至上海世博會場。
4. 最後，參觀民眾再回到一樓的「城市廣場」，感受臺灣最淳樸的風土民情，除有優雅的茶藝表演之外，參觀當日更看到代表臺灣純樸力量的「電音三太子」表演，逗趣的表演動作，更令人感受到臺灣的人情味。臺灣館更特別安排 16 位經過遴選，並且接受華航及凱渥三個月的專業訓練，來自臺灣各地的優秀青年所擔任的親善領航員，為臺灣館所有的參觀者「奉茶」，展現臺灣人的好客與熱情，並肩負起接待世界各地的遊客，介紹臺灣好山好水的重責大任。

### 三、心得與建議

#### (一) 用心規劃設計，以精緻體貼吸引參觀客群，贏得好評

一個成功的展覽場館，應內外兼備，除了外觀特異，吸引目光外，展覽內容亦要新穎。在世博園區佔地面積及量體都算小的臺灣館，卻用心設計讓民眾不論是白天、或黑夜，都有著不同的感受，等待的民眾仰頭剛好能夠觀賞到天燈體上整個動態影片的播出，幾乎沒有重複的片段，即使排隊，也感受到從白天到太陽下山後臺灣館的變化。但也由於臺灣館展場並不大，加上每日參觀世博的人數眾多，而當地人民對於臺灣的好奇與憧憬，使得天天預約排隊的人次及時間越來越長。預約票的發票時間，每日分為兩個時段，09:30a.m.發放 3,000 張、06:00p.m.發放 1,000 張。為了節省參觀者排隊的時間，而做出對參觀者的體貼設計，臺灣館算是首先推出，其他各展館才起而效尤，足見臺灣館在細微處也發揚臺灣的人情味，讓不認識臺灣的人很快地能夠體會到臺灣的精神，也因此臺灣館一直在參觀排名的十名內，這要歸功於設計團隊從頭到尾仔細地規劃外在表現，經營場館的團隊也以精緻服務提升場館的品質，這樣整



體觀設計是相當難得的，可以做為我們未來設計經營任何場館的參考，在規劃之初則開始思考未來營運的可能性，加入貼心設計，另於經營管理加入補強措施，以熱忱感動民眾，臺灣館確實表現亮眼，是全臺灣人的驕傲。

## （二）科技結合藝術，預示臺灣優勢與競爭力

臺灣館最令人津津樂道的就是 4D 球幕電影，全部是由臺灣人自己研究開發的，臺灣館的玻璃燈罩使用「調光薄膜」屬於相當高難度的科技運用，可見臺灣的科技產業確實有許多傲視群倫之處。不過光有先進的科技技術，如果沒有透過豐富的文化內涵來表現，就會流於空有炫麗外表的遺憾。運用臺灣人平常祈福的放天燈儀式，在加上大片 LED 螢幕的設置，讓觀者不僅體會臺灣人祈福的文化，也同時藉由科技設備的幫忙，稍稍理解觀看施放天燈的感動，科技與藝術結合的活用，已經開始慢慢發揚在各個領域，建議政府部門能夠多投入引薦科技與藝術部門領域的人共同工作，能讓文創業者在研發設計階段即可天馬行空運用相關科技技能，做出更多具創造力的設計或產品，多方運用在其他產業領域，如視覺，建築及表演藝術等等，更能凸顯臺灣優勢，讓更多的文化創意的產品能在國際市場贏得掌聲，增加產值。



臺灣館外觀(白天)



臺灣館外觀(中午雨中)



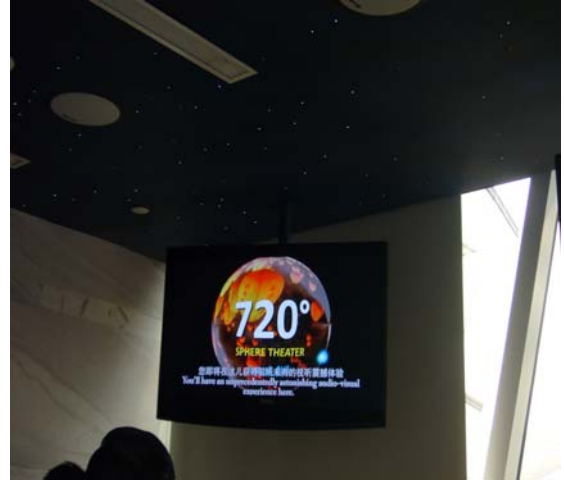
臺灣的天燈



日月潭的水



臺灣館天燈施放



臺灣館 720 度環球電影

# 上海世博會暨杭州宋城定目觀光劇

撰寫人:周彥汝

時間：99年8月3日、8月5日

地點：上海世博會綜藝大廳、浦東園區后灘 C02 地塊、杭州宋城

## 一、目的

近幾年各國的世博會相繼推出主題秀演出，成爲世博會文化演藝活動的亮點。例如德國漢諾威世博會每晚在園區湖畔舉行的多媒體“水光”主題表演，在 158 天世博會期間吸引了 450 萬人次觀看；日本愛知世博會以“自然的睿智”爲主題推出的 167 場“鯉魚池晚會”；西班牙薩拉戈薩世博會園區內規模最大的夜間主題表演《冰山》，成爲 93 天世博會期間每晚的保留節目。

不管是上海世博或是杭州宋城文化主題園區內的定目觀光劇，主要都以炫目且頻繁重複搬演的形式，吸引觀光客花高昂的演出票券費用欣賞，彷彿欣賞演出是遊覽的景點之一，本次探訪以此爲目的之定目觀光劇，即爲觀摩並做爲臺灣未來發展此類演出之參考。

## 二、過程

定目觀光劇簡介：

### （一）《少林寺之武僧傳奇》

地點：上海世博會綜藝大廳（2010年7月1日至8月31日）

《少林寺之武僧傳奇》是專門爲上海世博會創制的以少林寺功夫爲主的原創舞臺劇目。該劇以少林武術及現代舞蹈爲主要表現手法，融合雜技、多媒體、視覺藝術等元素，以舞臺秀的形式展示“少林寺之武僧傳奇”的美學和哲學。

《少林寺之武僧傳奇》兼容雜技、多媒體等藝術表現形式的功夫劇；分爲春夏秋冬四幕場景，展現少林小和尚的修行與成長，少林功夫則穿插其間。嵩山少林寺住持釋永信介紹，二指禪、金鐘罩、鐵布衫、童子功、掃帚功、十八銅人金剛陣等少林絕技有望一一登場，這也是首個由真正的少林寺僧人擔綱的表演。

演出內容表現一段發現自我的內心歷程，一次少林武僧的成長之旅，一個禪宗初始的故事。傳說中達摩到了少林寺，在少林寺的山水之間，體悟禪學，同時觀望著一名青年僧人的成長。青年僧人慧可在寺廟歷經各種考驗，在成長的過程中，四季變化，禪學與武學給了他智慧，但修行的路上也曾心魔叢生，最終經過大師指點，頓悟禪學。

### （二）《城市之窗》

地點：浦東園區后灘 C02 地塊（2010 年 5 月 1 日至 10 月 31 日（周一 14：00；周二至周日 14：00、16：30、19：30）

上海世博會主題秀《城市之窗》位于世博浦東園區后灘 C02 地塊，該地塊臨近浦東園區西面的主要入口。舉辦主題秀演出，可以吸引入園觀眾到后灘廣場，起到流入園人群的作用。演出場館采用空間桁架覆膜鋼結構，場館長約 105 米，高約 20 米，寬約 72 米，可容納 2000 人次以上的觀眾座席，建成后可成為上海世博會跨度最大、高度最高、可容納觀眾最多的臨時室內劇場。這一臨時劇場的另特點就是可拆卸和遷移。

《城市之窗》凝聚了上海與臺北兩地及國際最前衛的文藝創作團隊，運用當今最先進的舞臺大型奇景式的舞台設計，以及高科技多媒體影像，結合演出人員豐富的肢體語彙和精湛的高空特技表演，構成一場絢麗多變的影音故事劇。劇中還用不同文化背景及種族的表演者，配以形式各異的舞蹈，融合中外多元音樂元素，實現東西方舞臺藝術的兼容並蓄，體現豐富多樣的內涵。當紗幕升起，多重立體旋轉魔方舞臺隨即運作，現場從宇宙的靜謐空間瞬時穿梭時空變為原始世界。50 多位演員分別在旋轉舞臺的兩側為南北兩區的觀眾演出，讓觀眾跟隨劇中小天使這個角色從古到今走一遭。

《城市之窗》表演時間約 40 分鐘，濃縮全球城市生活的時空演變，透過音樂和舞蹈，以時間的縱軸與地域的橫軸兩條主線為切入點，演繹一個“愛、和諧與感動”的故事。《城市之窗》講述了沒有翅膀的天使鼓起勇氣，穿越人類文明發展的歷史來到現代的人間，在上海的街頭遇見跟隨父母在世界大城市間搬遷的寂寞女孩，并用天使的愛的魔法改變了小女孩眼前的世界的故事。演出內容緊扣城市這一主題，呈現多元的城市元素，演繹多彩的城市生活，激發觀眾的無盡想像，領悟城市生活的真諦，倡導城市人文生活理念。該劇以藝術的手段表現城市主題，將戲劇性、娛樂性、藝術性完美融合，展現和諧城市、和諧國家及和諧世界的內涵，使觀眾在藝術欣賞的過程中感受到城市文化的魅力，凸顯其文化內涵，期盼觀眾體會到城市文明的進步，也感受到在都市人冷漠的外表下所潛藏的溫情和關懷。

### （三）《宋城千古情》

地點：杭州宋城(西湖西南方的之江旅遊度假區內)

氣勢恢宏的大型歌舞《宋城千古情》，真實再現了宋代都市的繁榮景象。《宋城千古情》大型歌舞，分為《良渚之光》、《宋宮宴舞》、《金戈鐵馬》、《美麗的西子，美麗的傳說》、《世界在這裡相聚》五場，整場演出集舞蹈、雜技、燈光、音響，雷射，資訊科技等多種表演藝術元素為一體，演出內容則跌宕起伏，使觀眾常常在各種不同的感情旋渦裡激盪回味不已。

《宋城千古情》是宋城景區傾力打造的一台立體全景式大型歌舞。該劇以杭州的歷史典故、神話傳說為基點，融合世界歌舞、雜技藝術於一體，運用了現代高科技手段營造如夢似幻的意境，給人以強烈的視覺震撼，堪與法國巴黎紅磨坊和美國拉斯維加斯秀相媲美。

該劇由宋城公司原創，因此可以「每月一小改，每年一大改」，上演十多年，常演常新，每年平均演出 1000 場，截至 2009 上半年，已經吸引了兩千多萬觀眾，好評如潮，是每一個到杭州的遊客必看的劇目，目前是大陸演出場次最多，觀眾最多和效益最好的旅遊演出作品。

### 三、心得與建議

#### (一) 創作觀光定目劇，以臺灣文化內涵吸引觀光客

國外觀光客來台旅遊除在知名觀光景觀了解國內風土民情外，若能提供固定地點、固定時間、固定劇目之表演供旅客欣賞，不但有助於觀光旅客接觸及認識臺灣多元文化面貌，對於觀光旅客亦具有相當的吸引力，可形塑臺灣的文化意象及城市風貌，並促進國內文化觀光及周邊產業之發展，創造表演藝術的就業機會與相關產業之產值。爰此，發展具觀光效益之定目劇，對於表演藝術產業將有實質的經濟助益。目前大台北地區表演場地不是有既定用途、檔期已陸續排定，就是有場地設備老舊、地點不佳或座位不足之問題，因此，要尋找適切場地專做定目劇確實不易，未來應朝開發合宜定目劇表演場地、節目內容等一併研議。

#### (二) 同步開拓其他表演通路，並鼓勵製作具市場性節目

為能同步增強縣市文化中心軟、硬體的成長，協助國內表演藝術團隊開拓巡演機會，提升地方藝文人口、擴大表演藝術市場，形塑完整藝術生態環境，建議持續加強「縣市文化中心劇場營運」功能，讓更多表演團隊能夠有適合的場地演出，以培養固定欣賞的消費客群。

除了國內藝文市場的拓展外，為讓國內表演團隊能製作具市場性的節目，進軍國際市場，建議規劃補助機制，讓優異之團隊能獲得部分製作經費補助，編製出具市場性、娛樂性、觀賞性的演出節目，打入國際市場，並能在國際間不停巡演，讓表演藝術團隊在國際上發光發熱。





宋城千古情精彩劇照



# 上海世博會－歐洲館區義大利館

撰寫人：徐小芳

時間：99年8月3日

地點：上海世博會（浦東園區）歐洲館區義大利館

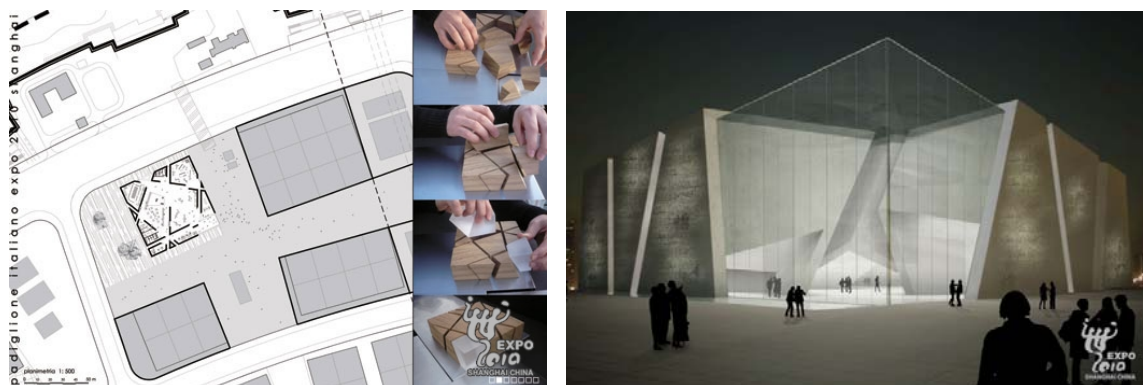
## 一、目的

2010年上海世界博覽會是第41屆世界博覽會，於2010年5月1日至10月31日在上海舉行。主題是「城市，讓生活更美好（Better City, Better Life）」。預計吸引世界各地7000萬人次參觀者。總投資額達到450億美元，是世界博覽會史上最大規模者。本次考察大陸文化創意產業及園區適逢世博會舉辦之際，特安排時間參訪世博會幾個具有文化創意產業代表性之館區，其中歐洲館區義大利館亦是特別著重文化、藝術、精品及美食發展以及極具文化創意產業代表性之國家館所之一。

## 二、過程

（一）展館基本資訊及概況：

- 1.場館主題：人之城
- 2.館所建築造型亮點：功能模塊，強調方便重組
- 3.設計團隊：Giampaolo Imbrighi
- 4.展館面積：3600 平方米
- 5.展館位置：C 片區
- 6.展館設計靈感來自上海的傳統遊戲游「遊戲棒」，由 20 個不規則、可自由組裝的功能模塊組合而成，代表意大利 20 個區域。整座展馆猶如是一座微型意大利城市，充滿弄堂、庭院、小徑、廣場意大利傳統城市元素。



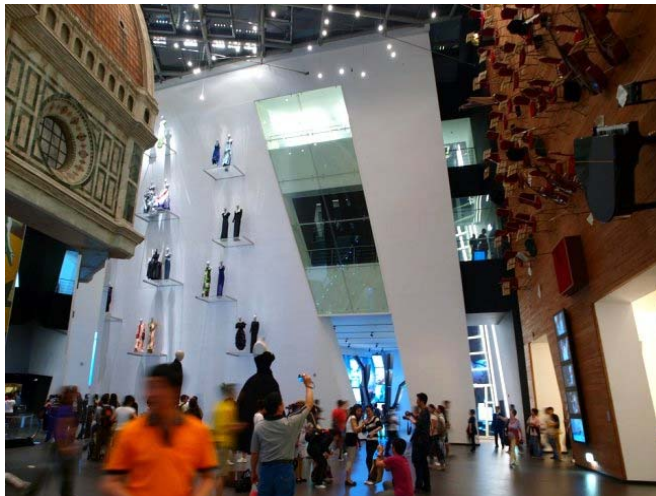
• 義大利館平面圖、模型及 3D 模擬圖

（二）展館概述：

本次參觀義大利館，依動線安排分為入口大廳以及五個主題展館，分述如下：

1. 入口大廳：進入館內映入眼簾的的是開闊的空間感，同時分佈點綴了代表義大利

特色的許多元素，有喬治·德·基裏科的繪畫作品《The Enigma of a Day 白天之謎》為原型的大幅馬賽克壁畫；一面牆面上妝點了12個大小模特交相輝映，有義大利知名服裝設計品牌杜嘉班納（DOLCE&GABBANA）、凡賽斯（VERSACE）、普拉達（PRADA）和亞曼尼（Giorgio Armani）等，服裝設計靈感源於「樂趣生活」，這些特別製作的服裝凸顯了義大利式生活的概念，廣場亦分置了4個3.5米高的大型服裝模特，另一面牆面上則放置採用了真實的樂器的管弦樂隊，下方的螢幕上播放著來自米蘭的斯卡拉樂團的演出錄影；順著廣場手扶梯而上，佛羅倫斯大教堂穹窿的複製品矗立在上方。整個廣場意念代表著義大利生活的快樂，許多活動將在中庭舉辦，例如時裝表演、音樂和舞蹈演出以及兒童活動等。



左圖：廣場



右圖：廣場一角，《The Enigma of a Day 白天之謎》喬治·德·基裏科（Giorgio deChirico）



- 牆面上12個大小模特及廣場上4個3.5米高的大型服裝模特



• 牆面上的管弦樂隊



• 佛羅倫斯大教堂穹窿複製品

跟隨導覽人員來到展場入口，入口是仿造位於維琴察的奧林匹克劇院而建，該劇院由安德萊阿·帕拉第奧設計，於1585年完工，是世界上現存最古老的封閉式劇院，被列為聯合國教科文組織世界文化遺產，模型真實劇院尺寸的一半。另一側的淺浮雕牆上裝飾中文的「福」字，還用各國語言雕刻著義大利館的展館主題和展示主題「人之城：暢享義大利式的生活」。



• 入口大廳劇院以及牆上的淺浮雕

## 2.動感義大利：

穿過劇院入口來到第一個展館，展館主題為「動感義大利」，以各種或古老或新興的創新，展現出義大利數百年來動感依舊，並彰顯出義大利創造力的經久不衰。

進入展場首先看到的是產於1923年的**Isotta Fraschini**車是歷史上最奢華的座駕，該車由**Emilio Castagna**設計，價值超過5百萬美元，目前依然可以正常行駛（圖1）。同時展出上屆超級摩托車賽中奪冠的**Aprilia** 摩托車（圖2）；被命名為“上海自行車”的**Montante**自行車是專為本屆世博會而特別設計的，結合了義大利經典設計與新型創新材料（圖3），以及**Vibram®** 五趾鞋® 為穿著者提供裸腳感受。其纖薄柔韌的鞋底依照人體足部的形狀設計，能完全利用身體自然的生物力學，有益於身體健康。該鞋被《時代Time雜誌》提名為2007年度最佳發明之一（圖4）。





|   |   |
|---|---|
| 1 | 2 |
| 3 | 4 |

### 3.義大利製造：

來到第2個展館，特別吸引人的部分，是置放於展場中間的玻璃屋，裡面有二、三人同時在製作皮包，呼應展館主題“義大利製造”，這個位於房間中央的玻璃屋就是工匠的工作坊，預定有一系列的工藝在這次世博會期間展出，參觀時手工坊現場展示的是義大利著名品牌Bottega Veneta的編織包製造過程，另外在玻璃屋四周陳列著義大利的當代設計和產品，有燈具、家具及家飾等。





義大利品牌Botteg a Veneta編織包現場製作情形



現場展出的燈具以及家具

#### 4.義大利建築：

義大利由於歷史文化的發展，有著極其豐富建築多樣性，這個展館展現了義大利現代和古代建築的豐富多樣性。展出的有羅馬萬神殿的大理石模型，作為供奉古羅馬眾神的聖殿，羅馬萬神殿是建築史上的奇迹（圖1）；目前尚在建設中的麥斯納海峽大橋，是目前世界上最大型的懸索橋（圖2）；Giovanni Battista Filippo Basile創作的木質建築模型——《巴勒莫馬斯莫劇院模型（薩勒瓦道萊·可可修建），1864》（圖3）等建築作品。





1

2

3

## 5.義大利科技：

位於一樓展館，科技義大利展出的最新的創新設計和綠色科技，同時呼應世博會主題「城市，讓生活更美好」在許多展品中都有所體現。展館中最顯眼的紅色法拉利HY-KERS是在中國展示的首款混合動力車，這款開創性的混合動力實驗車型將燃料(圖1)



消耗減少了35%，解決了重要的環境問題，緊密契合“城市，讓生活更美好”的理念，並具備有快速、高性能、豪華及環保的特性(圖1)；義大利汽車製造商飛雅特(FIAT)也展出其混合動力車型菲亞特500，並由藝術大師普傑完成車身繪畫的汽車曾被競拍(圖2)。在電影《羅馬假日》裏著名經典的偉士牌(Vespa)摩托車，與最新款的混合動力踏板車比亞喬MP3一同亮相(圖3、4)。此外也展出高科技的清掃街道、收集垃圾的機器人(圖5)。





|   |   |
|---|---|
| 2 | 3 |
| 4 | 5 |

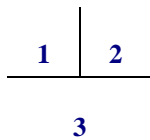
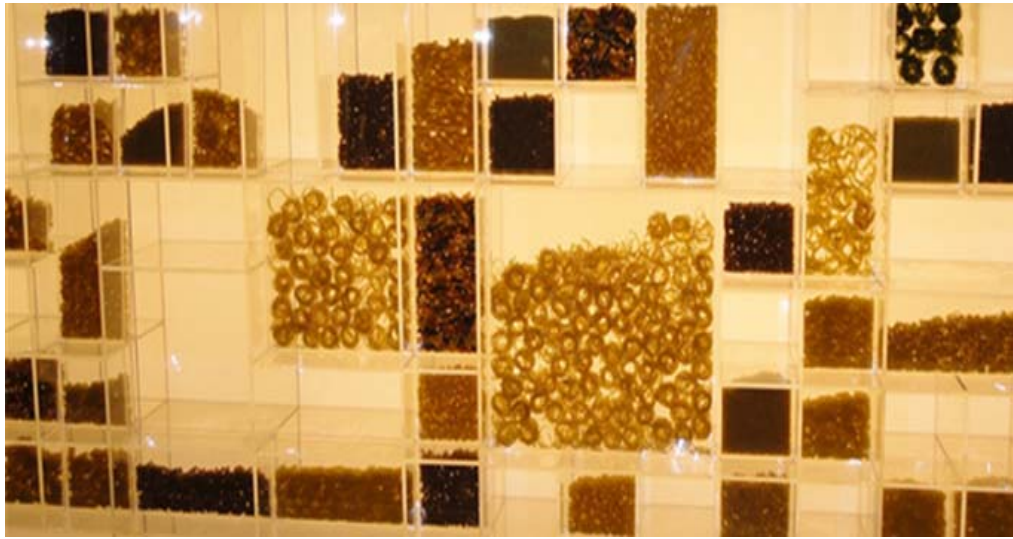
### 6. 品嘗義大利：

提到義大利美食，最經典的相當然爾就是義大利麵及橄欖油，來到一樓的展區裏可以讓人充分領略義大利的美食文化，感受健康生活的涵義，展場與自然結合的氛圍亦讓人體會身體和精神的和諧統一。

整個展場布置的非常有趣，天花板上佈滿了金色的麥田，這一設計靈感源於小麥是製作義大利麵的主要原料，另外展場中間一棵橄欖樹從地板上破



土而出（圖1），四周牆面上趣味地陳列著各式各樣的葡萄酒和義大利麵，同時還播放著有關義大利食品行業的錄影(圖2、3)。



### 三、心得及建議

#### (一) 文化歷史造就現今創意產業大國

舉凡世界知名精品，大多來自法國巴黎以及義大利米蘭等時尚之都，從歷史角度觀察，義大利的建築與繪畫在人類發展歷史上有著舉足輕重的角色；義大利的美食、家具以及聞名於世界的精品品牌，亦已經已造就其歷久不衰的引領地位，同時在工業發展過程扮演著重要角色。世博義大利館充分展現極具歷史意義的建築與繪畫美學，深度的美酒與美食文化，更不遑多論的是義大利精品皆已經是引領世界時尚潮流發展代表性品牌。

體驗完義大利，除有時尚奢華饗宴之感，亦看到義大利品味生活熱情的一面，無論是美食或是生活等，都可以看到創意的發想，源自歷史文化深層的美感——體現”，“義大利製造”儼然已成為時尚創意代名詞。反觀“臺灣製造”已從早期代工產業慢慢蛻變轉型之中，臺灣同樣有豐富的文化涵養以及優越的科技、設計及服裝設計等創意設計人才，期許臺灣文化創意產業未來亦能在世界潮流之中獲得代表性之定位與角色。

#### (二) 以人才培育及基礎教育作為文化創意產業的基石

義大利從杜嘉班納(DOLCE&GABBANA)、凡賽斯(VERSACE)、普拉達(PRADA)和亞曼尼(Giorgio Armani)時尚精品，到創意設計公司 Alessi 等所引領世界潮流發展，所帶來的經濟效益可稱為創意經濟。

在創意經濟時代中，創意的聚集、發揮以及運用已經成為經濟發展的核心，不論從有形創作或無形智慧，都能透過產業形式的一一呈現，將來自於個人的創意、藝術和設計，轉化成高產業價值，並為國家帶來極大的經濟效益。

面對創意產業（Creative Industry）時代的來臨，世界各先進國家已正視到將創意人才作為衡量國家競爭力的指標，創意人才的培育正是經濟發展創新的力量，目前臺灣正積極推動文化創意產業，因此更必須重視創意產業人才的培育，透過文化創意產業二期計畫的圓夢、塑星等人才培育計畫，企圖以創意人才培育來作為文化創意產業基石，進一步提升臺灣文化創意產業整體國家競爭力，並邁向「創意文化、創意臺灣」的新紀元。



# 杭州浙窯創意園

撰寫人：徐小芳

時間：99年8月4日

地點：浙江省杭州市

## 一、目的

浙窯作為一個集研究、展示、交流等功能為一體的現代陶藝創作中心，聚集劉正、周武、<sup>4</sup>司文閣等一批有著中國美術學院學術背景的藝術家，以浙江古窯為基礎，打造其獨具創意靈感，且能體現當代藝術理念的陶瓷日用器，讓人耳目一新，同時讓使用者在生活中感受當代藝術，提升大眾陶瓷日用器的文化與消費水平，推動杭城乃至全國現當代陶器文化及經濟的發展。

## 二、過程

### （一）園區概述：

浙窯創意園區座落位置集聚地域特色，千年運河從杭城蜿蜒而過，由於運河的傳統運輸功能已有所改變，因此曾作為修繕漕運船舶的石祥船塢也失去了原有的功能，杭州市政府在保護歷史建築特點的前提下，斥資 1500 多萬人民幣，對既有船塢空間進行維護修繕，將其作為運河杭州段世界級旅遊精品的重大視窗工程之一，形成現在的浙窯陶藝公園以及浙窯創意園區，在創造新的文化同時繼續傳承運河千年歷史。

石祥船塢用國際化的思路規劃，參照德國魯爾工業區模式，進行工業遺產改建，保留原有的廠房開發為創意產業園，宣導城市美學和建築美學，彰顯杭州城市特色和個性，發展文創經濟，引進現代創意陶藝品牌「浙窯」，以浙窯陶瓷日用器為主題，融合現當代藝術的文化創意氛圍，保護性的開發修整運河工業遺存景觀，既與其他文化創意產業園區相統一，又有獨特陶藝品牌旅遊特色。遊客在傳統和時尚的雙重氣息裏體驗運河現代藝術公園的雋永文化魅力。而這也是杭城第一個以現代陶藝品牌為主體的產業園區。

目前園區總用地面積22.6畝，其中建築占地面積3019.44平方米，建築總面積5039.76平方米，綠地面積8000余平方米，並且擁有一個寬闊的4000平方米停車場。浙窯自2008年9月28日開園以來，已經開展了一系列的活動，同時持續推廣生活陶創意理念，深受廣大遊客的喜愛和擁護。

### （二）經營宗旨：

- 1、打造具有文化氣息和藝術含量的瓷陶日用品，提升國人生活品質。

---

<sup>4</sup>園區負責人：司文閣，男，1966 出生於北京，1988 年畢業於浙江美術學院（現中國美術學院）工藝系環境藝術專業，從事城市公共藝術設計、策劃二十年。現任中國美術學院美術中心、浙窯陶藝公園總策劃。

- 2、打造具有先鋒性和當代特色的學院派陶藝創意中心。
- 3、以先鋒的現代陶藝作品引領瓷陶日用器的發展潮流，融藝術於生活。

#### **(四) 經營項目：**

**浙窯美術館：**浙窯美術館是一個專業的展覽場館，常年定期展示浙窯計劃內的浙窯藝術家和浙窯客座藝術家及特邀藝術家的專題及綜合展覽，也是一個為各門類藝術機構和藝術家提供舉辦各類展覽的場所。浙窯美術館亦引進國際專業畫廊的運作模式，建立一整套完整的機制，旨在為中外藝術家與國內外收藏企業、收藏家搭建交流交易平臺，將藝術品的價值和消費平臺對接，並為收藏者建造全開放式的參觀、交流、交易、拍賣等消費平臺並提供技術、藝術保障，營造健康良好的藝術品消費環境，讓瓷陶創意魅力創造更高的價值。

**浙窯國際陶藝交流中心：**旨在為國內外知名陶藝家、熱愛陶藝事業的知名畫家和熱愛陶藝事業的其他門類藝術家提供一個陶藝創作、陶藝展示空間和學術交流、交易平臺。

**浙窯陶藝公園陶藝家工作室：**一片國內外陶藝家陶藝研究、創作的天地、一個獨一無二的陶藝展示、學術交流、瓷陶作品交易的平臺。

**浙窯陶藝培訓中心：**培訓中心主要以瓷陶文化教育，陶藝創作製作學習為主，兼以美術繪畫學習，培養少兒動手能力，增強學生的審美能力和創造力，讓瓷陶、美學藝術真正融彙到學習生活中去，從而啓迪青少年的創意思維。

**浙窯瓷陶繪畫館：**浙窯瓷陶繪畫館主要是為藝術家和廣大市民提供區別于現在常見繪畫載體（紙張、畫布）的瓷陶載體進行書畫創作，拓展藝術多樣性，推動中國瓷陶文化的挖掘、繼承和瓷陶書畫創作的發展。

**中國美術學院陶藝系實踐基地：**為陶藝系的學生提供創意、創作空間和課外實踐空間，以充分將課堂知識與創意設計融會貫通。

**浙窯公益基金：**浙窯公益基金主要用於資助貧困學生，建設希望工程。基金來源以 1、浙窯作品拍賣，2、浙窯學術顧問作品拍賣，3、藝術家捐贈作品拍賣等為主，4、浙窯學生培訓活動留園作品拍賣。

### **三、心得及建議**

#### **(一) 「藝術生活化，生活藝術化」的經營思維**

如同浙窯經營宗旨「打造具有文化氣息和藝術含量的瓷陶日用品，提升國人生活品質」，其所創造的作品除強調藝術性之外，亦注重作品的實用功



能性，企圖以具有領先趨勢的現代陶藝作品來帶動並引領瓷陶日用器的發展潮流，讓藝術融入於生活，“藝術生活化，生活藝術化”是浙窯最主要的經營思維與目標。

**(二) 因手工陶藝與機器模組製品的市場競衡，作品更著重於藝術性發展**

浙窯規劃未來要在各大百貨設立銷售通路，也因為注意到手工陶藝生產過程耗時及成本等因素，與市面流通機器模組所生產的陶藝日用品難以抗衡，因此將更強調產品的藝術性，未來希望以高單價商品與一般陶製日用品作市場區隔。

**(三) 著重人才培育的互動與學習共存，且注重國際交流**

浙窯由於負責人司文閣先生本身任教於浙江美術學院(現中國美術學院)工藝系環境藝術專業，因此非常重視互動與學習共存，因此在園區內除了展示以及銷售空間之外，同時設立了浙窯國際陶藝交流中心、浙窯陶藝培訓中心、中國美術學院陶藝系實踐基地以及浙窯陶藝公園陶藝家工作室等空間，其浙窯公益基金亦將經費資助貧困學生，建設希望工程等，著實發揮創意園區培育文化創意人才基地的目標。

浙窯國際陶藝交流中心的設立，主要希望園區能提供國內外知名陶藝家、熱愛陶藝事業的知名畫家和熱愛陶藝事業的其他門類藝術家提供一個陶藝創作、陶藝展示空間和學術交流、交易平臺，在參訪過程中就遇見一位來自日本的陶藝家進駐在園區。



園區入口



負責人司文閣介紹作品



園區場景



# 絲聯 166 創意產業園區

撰寫人：徐小芳

時間：99年8月4日

地點：浙江省杭州市

## 一、目的

### 從【印象西湖】開始打造文化創意產業之都

古言道：「上有天堂，下有蘇杭」，杭州從傳統印象中的天堂之都，正悄然變身為文化創意之都。杭州有8000年文明史、5000年建城史，有完整的文化序列、良好的文化傳統、深厚的文化積澱，文化歷來是杭州的優勢、特色和核心競爭力，然而傳統中的杭州不同中國其他重點發展城市，極度缺乏發展重化工業的地礦資源、港口資源、政策資源，但是杭州卻是擁有人才、環境、文化、產業、市場等發展文化創意產業的發展優勢，為優化佈局。

從2005年張藝謀打造絕美【印象西湖】開始，文化創意產業在杭州已經從一個“稚嫩”的新興產業，迅速成長為這座城市重要支柱產業、經濟發展的新引擎。2009年杭州更明確地將西湖創意谷、之江文化創意園、西湖數字娛樂產業園、運河天地文化創意園、杭州創新創業新天地、創意良渚基地、西溪創意產業園、湘湖文化創意產業園、下沙大學科技園、白馬湖生態創意城等十大園區作為主平臺，推動全市文化創意產業實現集群發展。

杭州絲聯166創意產業園區不同於其他園區，是杭州第一個由民間自行打造的文化創意園區，從民間自發到引起杭州政府部門的關注，絲聯166 創意產業園區自有其發展之特殊性及影響力，這也是此行拜訪的目的之一。

## 二、過程

### （一）園區概述：

絲聯 166 創意產業園區是由原杭州絲綢印染聯合廠的部分舊廠房改造而成，該廠房約建於西元 1850 年代，占地 3 萬平方米，是中國浙江省內第一個包浩斯形式廠房，亦是杭州發展工業特殊歷史時期的標誌之一，2007 年底已被認定為杭州工業遺產保護單位，現時廠房的另一端仍有工廠運作，創意園區占地約為 1 萬平方米，目前舊有的廠房已改造變成大大小小的藝術工作室、商店及咖啡店等空間。

絲聯 166 創意產業園區依託運河歷史文化和鐵路遺址公園等現有資源，企圖融合科技與藝術，打造一個集休閒觀光、收藏出售於一體的創意基地。

### （二）園區建物及發展特色：

1. 園區建築空間的特色：園區空間原是杭州絲綢印染聯合廠，在上世紀50年代由前蘇聯專家設計、德國人監工，建起這座浙江第一家的鋸齒形（包

浩斯形式) 廠房，建築物前年被列為杭州工業遺產保護單位，目前廠房的另一端仍有工廠在運作生產。斑駁的紅磚瓦牆，錯落有致的工業廠房，縱橫交錯的管道，牆壁還保留著各個時代的標語，空間形成的錯落感趣味橫生。位於園區最前端的蜜桃咖啡室，由園區自營，原本是絲綢廠的中央濕度與溫度調節室，內裏擺放了好幾個巨型渦輪及滿是鐵鏽的粗大管道，這些物件在改建時都給刻意保留下來，成為咖啡室最注目的標誌，在咖啡室某個角落定期舉辦音樂Life Show，陳昇等臺灣歌手亦曾經在這裡演出。

2. 園區進駐的產業類型：創意產業園區主要設定以設計產業為主，目前已進駐有平面設計師、產品設計師及攝影師等，同時也有服裝及家具店，負責人總經理周青先生本身也是廣告設計背景出身。
3. 杭州第一個民間自發性形成的創意產業園區：因為絲聯166創意產業園區的出現，引起杭州政府部門對於產業遺址空間再利用的注意，成為第一個民間自發性形成的創意產業園區。

### 三、心得及建議

#### (一) 從民間自發到政府部門介入引領發展的創意產業園區模式

「創意產業」不同於「文化產業」是以城市為發展據點，是由民間自發形成集聚之後，才由政府介入引導產業發展，絲聯166創意產業園區的發展過程與上海市的創意產業聚落的成形過程有些相同。在參訪與對談過程，看到的是經營者周青先生對於創意園區的熱情與執著，三年前開始著手進行園區的推動，也由於杭州市民間第一座創意園區，政府部門是以支持的立場全力協助，所以發展過程是極為順利的，目前也已經成為杭州景點以及設計基地。也因為絲聯166創意產業園區的開始，同時也促使杭州政府部門對於創意園區的發展有了新的認識與想法，在對談之中表示，杭州目前正積極推以十大園區作為主平臺，推動全市文化創意產業實現集群發展。

#### (二) 以便宜的房屋租金吸引民間業者投資產業閒置空間

園區經營者周青先生表示是以每一天1平方米0.5毛跟杭州絲綢印染聯合廠承租空間，園區占地約為1萬平方米，換算後每月約為73萬元台幣租金，園區同樣以非常便宜價錢（約2倍價）提供給藝術創意業者使用，由於租金因素，也促成民間極有意願投資將工業遺址改建發展作為為創意園區，周青先生進一步表示，目前除了經營絲聯166創意產業園區，同時也經營了另外三個創意園區，每個園區各其有不同的定位與發展，絲聯166是以設計為主要發展產業，進駐的業者以家具、服裝、廣告以及攝影工作者為主。絲聯166創意產業園區的發展誘因似乎對應也到了文創法第16條「中央目的事業主管機關得獎勵或補助民間提供適當空間，設置各類型創作、育成、展演等設施，以提供文化創意事業使用」的設立目的。





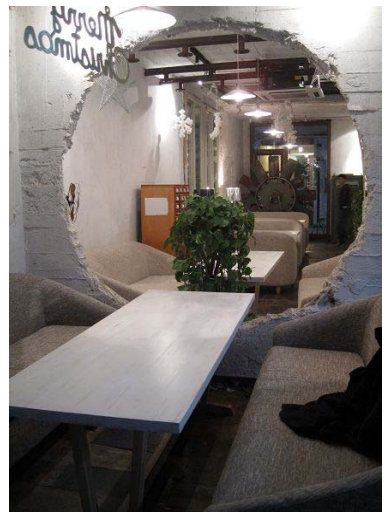
園區入口



建築內部中庭



主要經營空間



園區內經營的蜜桃咖啡室及店面



蜜桃咖啡室賣店一角及內部產業遺址場景





# 浙江省文化藝術交流促進會

撰寫人：鄧安琪

時間：99年8月4日

地點：浙江省杭州市

## 一、目的：

浙江省文化藝術交流促進會即為浙江省文化廳之民間身分，為加強與浙江省文化廳之交流，特別以晚宴的方式進行，藉由輕鬆的餐會性質，進一步地相互瞭解，藉以增強未來雙方合作關係。

## 二、過程：

全程由浙江省文化廳楊建新廳長和齊有為、來穎傑兩位副廳長，以及文化廳外事處李莎處長、官明副處長及張成名先生陪同。席間楊廳致詞時，特就浙江省整體發展提出報告：

### （一）經濟發展

1. 浙江省人口有 5000 多萬人，GDP 在大陸排名第四位，人均為第一。
2. 經濟問題解決後，文化自然被需求，這不光是民生及社會發展需要，也是經濟發展持續的保證，因此經濟發展與文化發展應該相協調。
3. 著重發展以文化為基礎的軟經濟實力。

### （二）文化發展

1. 浙江省的文化工作位於全大陸各省之前列，積極地參與大陸各項大型活動，如上海的世博，其中各省市館中的浙江館更是備受好評。
2. 打造文化產業創意平臺，如各式的文化園區，許多是過去農村改建而成，像是白馬湖生態創意城、西溪創意園區等。
3. 積極辦理大型文化活動，如每年在臺灣舉辦的「浙江文化節」。
4. 以文化結合旅遊，創造更高產值。例如由宋城集團所規劃的「宋城主題公園」，其中結合了「宋城千古情」的大型表演，去年已有 200 萬人次參觀。
5. 發展有浙江特色的博物館體系，如浙江省博物館的武林館區的建立，受到社會的好評。且為鼓勵民眾前往博物館參觀，浙江省博物館還首創常年免費開放。
6. 政府提供優惠措施，營造鼓勵性環境；如有百年歷史的西泠印社，杭州市政府已將西湖文化廣場約 8,000 平方米的場地劃給印社使用，而去年底篆刻藝術申請世界非物質文化遺產成功，這也表示西泠印社將邁入新的階段。

### （三）非物質文化遺產保護

1. 人民的文化意識高漲，意識到在生活型態改變的現在，必須對老祖宗留下的東西加以保護。特別是對於非物質文化遺產的保護，民眾普遍有著難以想像的熱情。
2. 浙江省在「非物質文化遺產保護」上創下全大陸數個第一，如：
  - (1) 為大陸各省區中最早啟動非物質文化遺產保護者；
  - (2) 在各省市中投入非物質文化遺產保護的公共財政最多者；
  - (3) 第一個制定省、市、縣三級保護名錄者
  - (4) 第一個舉辦非物質文化遺產保護成果博覽會者。

#### (四) 文化產業發展

1. 已制定文化產業相關條例；希望在杭州打造「全國文化創意產業中心」。
2. 以浙江豐富的自然與人文資源為文化產業的重要基礎，推動精品生產；
3. 積極地發展動漫產業：2009年杭州濱江區國家動畫產業基地的動畫作品產量達到27萬分鐘，位居大陸動畫基地之首。
4. 浙江省每年文化產業的增加值，佔GDP的比重約3.2~3.3左右，低於北京、上海、雲南的5.6、5.8~6，需要再努力；
5. 計劃於2015年文化產業的增加值，能達到GDP的比重的4~4.5。
6. 由於臺灣與浙江在想法、理念、文化背景甚至解決問題的方法都有所相像，所以向臺灣學習能有更大的效益。

### 三、心得及建議事項：

浙江文風鼎盛，在人文與自然資源豐厚的基礎下，開展了許多文化事業。在文化產業方面，除了大陸整體政策上的方向外，當地政府大力支持，提供良好環境及相關條件。從楊廳長的致詞內容中，可發現浙江文化廳對未來文化產業發展的自信心與強烈企圖心。

浙江省目前正積極地發展文化創意產業，在杭州市的文創產業中的八大行業（資訊服務、動漫遊戲、設計服務、現代傳媒、藝術品、教育培訓、文化休閒旅遊、文化會展業）裡，努力創造出具有杭州特色的「杭州模式」；對臺灣而言，除了在原創內容上持續開創自我特色之外，政府努力鋪墊合宜而具有鼓勵意義的環境，應該是發展臺灣文化創意產業的重要程序。同時，在兩岸合作交流上，尤應保持密切的互動關係，以借力使力、資源整合，發揮互利互惠的綜效。

# 杭州良渚博物院

撰寫人：林御翔

時間：8 月 5 日

地點：杭州良渚博物院

## 一、目的

良渚原本只是杭州郊區一個美麗的普通小鎮，卻因 1936 年西湖博物館館員施昕更一個意外的考古發現，而使良渚被認為是中國江南遠古文化的重要根源的之一，而歷經半個世紀以上後人的不斷發掘研究，1996 年良渚遺址被中國國務院公布為全國重點文物保護單位，2007 年 11 月底浙江省文物考古研究所正式發布「良渚古城」的發現，將中華文明史往前推進千年。

原本的良渚文化博物館於 1994 年建成，展廳面積約 800 平方公尺，隨著新發現不斷出土，舊館不敷使用，2003 年開始籌建新館，2008 年 10 月正式開幕營運，從空中俯瞰，博物院由四座不完全平行的長條形建築組成，代表「一把玉錐散落地面」及「收藏珍寶的盒子」之寓意。而適逢 2007 年良渚古城遺址的出土，博物院內部展場設計也隨之變更調整，運用聲光、溫濕控制等現代科技及專門設計，期望能突出「良渚文明之謎」及良渚玉之文化特色。

目前杭州市政府已將良渚博物院選為杭州重點創意基地之一，期能以良渚文化的深厚內涵及自然資源，帶動良渚鎮及周邊區域的發展。透過參訪良渚博物院，觀摩杭州市政府及院方如何以一古文明為基礎，以推動文化生態旅遊、創意設計及文化設施展覽等相關產業。

## 二、過程

良渚博物院陳列設計明確以向來訪者呈現「良渚文化是中華五千年文明的實證」及「良渚遺址是華夏文明的聖地」等兩大主題，在院內三個相互聯繫卻又相互獨立的展廳中，分別展示「發現求真」、「良渚古國」及「良渚文明」等三大內容，參訪過程概述如次：

### （一）前廳

主要運用文字、圖像、模型等三重表現手法，凸顯良渚遺址及杭州的整體空間關係，欣賞過程中可以注意到腳下的玻璃地板中，展示著杭州城區至杭州灣全景立體沙盤模型，讓觀賞者有如臨現場的感覺。

### （二）第一展廳

以發現求真為主題，主要是從 1936 年施昕更發現良渚遺址開始，到 2007 年確立良渚文明的 70 年間，重要的各項發現及研究創新歷程，包含良渚文化從發現、命

名、出土之大型建築宮殿、祭壇墓地、玉禮器，到成爲中國重點文物保護單位的過程，以及良渚古城建築遺址最新、最完整的研究成果及社會文化影響。

### （三）第二展廳

此一展廳的主題爲重現五千年前良渚生產及生活型態，並透過各類代表性器物的製作及使用情況，顯示當時技術發展的進步及對整體社會發展產生何種作用，透過玉器、祭壇、大墓等顯示等級制度的遺物及遺址，則展現了良渚文明社會的形成及型態。

### （四）第三展廳

主題爲良渚文明在中國文明形成過程中的地位，陳設設計以器物及重要遺址爲主，以呈現以玉禮器爲特徵的良渚文明在世界同類及同時期文明中的特殊性，及良渚文明在中國形成及文化傳承中的影響力。透過展示說明，觀賞者可了解到良渚文明主要以大型祭壇、玉禮器、城邦建築等物化形態，及神權、軍權、古禮等非物化形態，構成其不同於其他文明的文化特質。

## 三、心得

博物館具有典藏文物、社會教育、觀光遊憩等多重功能，因此世界知名博物館等大型文化設施往往由政府投資興建，透過博物館的經營內容及具特色的外觀設計，形成都市景觀的著名地標，帶動城市或地方周邊產業的發展。透過參訪良渚博物院，獲得心得如次：

### （一）文化設施之興設仍應考量是否有閒置可能

良渚博物院雖以著名的良渚文明爲展示主題，但在參訪良渚博物院過程，發現參觀人潮並不多，除了參訪當日非例假日外，主要原因可能還是在於交通不方便，且以靜態爲主的展示方式，顯然難以吸引民眾特別是年輕族群的目光，因此除了以獨一無二的古文明作爲號召外，如何改善配套之交通設施及進行適當之廣宣或包裝，可能是館方需要努力的方向。

### （二）博物院衍生效益偏低

由於博物館功能的轉變及營運壓力，原本屬非營利組織性質的博物館亦日趨重視「市場價值」，包含參觀人數、營運收入等都成爲外界判斷一個博物館成敗的關鍵，而利用典藏文物進行衍生商品開發便成爲增加博物館收益的重要來源。此次在參訪包含良渚等中國幾個博物院的過程，發現其雖有獨特的展示主題或文物，卻鮮少能將其典藏進行有效的衍生商品開發，紀念品販售區無法吸引觀光客駐足，減少一個增加博物館收入的管道，顯示在文化商品的開發上仍有很大成長空間。

## 四、建議

### **(一) 文化設施之規劃設置應有詳實評估機制**

近年來中國在經濟發展快速的同時，中央及地方政府皆投入大量資源興設各類包含文化展演設施在內之公共建設，但顯然缺乏一套客觀合理的設置評估機制，導致閒置情況十分普遍。以中國為借鏡，臺灣包含公共建設預算在內之政府資源更為有限，如何能透過科學化的政策評估指標及評估模型，使有限資源發揮最大效用，並兼顧地方文化設施需求及公平性，將為一重要文化政策課題。

### **(二) 應利用文化商品開發等方式擴大博物館經營效益**

博物館從上游的典藏研究及保存，到中游的策展及行銷策略制定，以至下游的教育推廣、產品銷售等，是一連串環環相扣的過程，而博物館所掌握的文化資本正是文化創意產業的核心，也是設計領域及產業界設計創意與靈感的重要來源。良渚博物院雖已被選定為杭州重點創意基地之一，但從參訪過程看到的零星商品開發結果來看，顯然其並未有效運用其典藏資源，除了提供公共服務以外，如何透過商業機制的引進帶動周邊產業發展，實為未來包含博物館在內的文化設施應著墨之重點。





良渚博物館入口立牌



博物館供遊客休憩之中庭水池



博物館內展示說明各類玉器形式

# 浙江省博物館（武林館）

撰寫人：李家珍

時間：99年8月5日

地點：浙江省博物館（武林館）

## 一、目的：

浙江省博物館成立已屆 80 年，目前相關館區共有七處，本次參訪的是武林館區，參訪展覽包含「越地長歌－浙江歷史文化陳列」、「地湧天寶－雷峰塔及唐宋佛教遺珍特展」等，本次參訪主要以了解其運作方式及展覽規劃，以做為借鏡。

## 二、過程：

### （一） 籌建背景：

#### 1. 原有館區空間不足：

（1） 2003 年底中國文化體制改革，浙江省博物館為試點單位，為提供社會公眾更好的服務，2004 年元旦開放後，成為中國第一座免費參觀的省級博物館，觀眾人次增加了 5.6 倍，去年更達 142 萬 8,000 人次，相較於售票時的 20 餘萬人，不可同日而語，展廳也相對顯得十分狹小，為疏解浙江省博物館因免費開放所吸引的大批人潮，故希望興建新館以擴大展出空間。

（2） 目前浙江省博物館館區，包括溪湖美術館原地擴建後的 10,130 平方米、山洞庫房和書畫庫房 3,000 平方米、文瀾閣四庫全書 3,000 平方米、文保科研基地 3,000 平方米，總共約 2 萬平方米。由於真正可用於陳列展出的空間十分有限，臨時場地也很小，僅能容納簡單的基本陳列

#### 2. 館區擇定：

中國政府從杭州市中心的西湖文化廣場撥出 20,991 平方米讓浙博成立武林館區，並加設浙江革命歷史紀念館，陳列浙江地區革命歷史內容。自 2005 年籌建，2009 年 12 月 22 日開館。

### （二） 展區功能：陳列展示、宣傳教育、休閒服務、文化交流

### （三） 空間分區：

1. 包含「浙江省博物館武林館區」和「浙江革命歷史紀念館」，以浙江歷史和浙江革命史為主題，舉辦浙江古代歷史陳列、浙江現代革命歷史陳列等多種展覽。為具有地方特色、省級一流的現代化的人文科學博物館和革命歷史紀念館。
2. 館區占西湖文化廣場建築群中的四層，展示空間最高處有 8 米高，最寬處有 18 米寬。西湖文化廣場地價不菲，每平方米市價高於人民幣 4 萬元，浙博武林館區至少具有人民幣 8 億 3,964 萬元的身價，陳列布展費用達人民幣 1 億

元。

3. 建築面積 20,991 平方米，陳列面積 7,600 多平方米，

- (1) 地下一樓：臨時展廳舉辦國內外的臨時展覽。
- (2) 一樓：「越地長歌－浙江歷史文化陳列」：透過博物館語言闡述浙江的重要文化現象，以場景、視屏和複製品呈現浙東學派的思想。
- (3) 二樓：「錢江潮－浙江現代革命歷史陳列」：以歷史照片、實物、場景、數位設施和藝術作品回顧中國共產黨的革命運動。總面積 20,000 多平方米，展廳部份約 7,000 多平方米。
- (4) 三樓：目的是要保留非物質文化遺產和歷史記憶，內容包括表演藝術、造型藝術和民俗風情三項。
  - ◆ 表演藝術：展出館藏自唐朝至民國時期的 30 餘件古琴，包含將古琴錄音科技化保存、演奏古琴、介紹古琴曲目和古琴工藝名家等
  - ◆ 造型藝術：展出能工巧匠的民間工藝品，如黃楊木雕、東陽木雕、青田石雕、竹編、藍印花布等 20 種浙江代表性的手工藝
  - ◆ 民俗風情：介紹清朝至民國期間寧波紹興的民間風俗，如婚嫁。
  - ◆ 目前專題展覽為「山水之間－黃公望〈富春山居圖〉與館藏明清山水畫」和「非凡的心聲－世界非物質文化遺產中的中國古琴」、「意匠生輝－浙江民間造型藝術」、「十裏紅妝－寧紹婚俗中的紅妝傢具」等。

#### (四) 訪談沈軍甫副館長紀錄：

1. 策展人制度：

目前展館並無策展人制度，以單位原有人力策辦小型展覽，大型展覽（含展場規劃、設計、製作等）則進行委外招標作業。

2. 國外交流與館際合作：

- (1) 於本館曾辦理龐貝展，為期 2 個月，約有 20 多萬人參與。
- (2) 2009 年 10 月與中台禪寺辦理交流展。
- (3) 目前正與大英博物館洽談中，預定明年開展，經費部份則由該館談好細節後，向政府申請。

3. 人員編制：

編制內人員約 20 多人，警衛與清潔人員為招標，導覽人員為招聘。

4. 目前館藏：約有 10 多萬件，以恆溫恆溼展櫃陳列，以常設展居多，每 3-5 年更展一次，目前展出藏品約有 3000 件（組），並開放評選鎮館之寶，目前已選出 10 件。

5. 文物徵集：

如發現古物，則由館方先與文物擁有者商談細節與費用，再由館方陳報上級機關，如審定核可後，由上級機關直接撥付款項給文物擁有者。

6. 相關經費：

目前已爭取國家級博物館，故由省財政廳編列的政府預算支應，每年約人民幣 6000 萬元，2000 多萬用於展覽、500 萬元用於徵集費用。

7. 文物鑑定服務：

約 2-3 年左右針對民眾辦理一次免費文物鑑定工作，活動期間民眾可先電話預約或現場報名，館方則依據預約狀況，安排適當類型之專家學者至現場鑑定，如一天無法完成，則可展延數日。

8. 空間問題：

武林館區空間，原規劃設計為展覽館，並非以博物館需求功能建蓋。且以屋簷陰影下開始計算面積，故整體空間雖然不小，但多以公共區域居多，故在原有空間內，再依據需求加蓋博館館之空間，亦即「房子造房子」，原申請人民幣 1 億元裝修費用，實際使用約人民幣 8000 萬元。

9. 研發商品：

目前多以限量複製為主。

10. 目前經營困難之處：

較難有吸引觀眾之展覽。

### 三、心得及建議：

(一) 政府支應營運經費：

浙江省博物館武林館區每年營運經費均來自政府編列預算，且以免費門票方式發送免費參觀券方式開放參觀，目前該館區尚無收入來源。

(二) 提供民間文物鑑定，值得學習：

浙江省博物館每年定期對外提供一項文物鑑定服務，讓民眾將文物送至政府單位辦理鑑定，完全免費，立意甚佳，臺灣各博物館可學習此服務項目，然相關配套措施需完備，避免造成博物館營運壓力與公信力。

(三) 展陳方式與紀念品販賣區創意不足：

浙江省博物館目前展陳方式，為傳統陳列方式，較無新意，加上多為常設展，3-5 年更展一次，難以吸引訪客再次前往駐足觀賞，且販賣區商品皆為複製品，並無開發創意商品，難以吸引購買慾望。臺灣多數博物館展陳方式多變有趣，且將館藏品以加值方式設計，其販賣收入常成為博物館重要收入之一。





浙江省博物館武林館區外觀



大廳處



展場空間



文物展示區



免費參觀券



文博商店



# 宋城文化主題公園

撰寫人：李家珍

時間：99年8月5日

地點：宋城文化主題公園

## 一、目的：

宋城是中國截至目前為止呈現兩宋文化內涵規模最大的主題公園，亦榮獲中國國家AAAA級景區，為首批國家文化產業示範基地之一，被杭州市評為杭州市非物質文化遺產產業基地、南宋民俗文化產業基地。宋城已獲得了浙江十大美景、杭州十大新景觀、世界娛樂與主題公園協會會員等榮譽，引領杭州未來旅遊發展的最新潮流，本次參訪係前往了解其整體規劃及實地考察經營方式。

## 二、過程：

### （一）空間分佈：

1. 宋城的空間規劃係依據宋代著名畫家張擇端的「清明上河圖」而建，主要分為：【清明上河圖】再現區、九龍廣場區、宋城廣場區、仙山瓊閣區及南宋皇宮區、南宋風情苑區【待建】等部分。
2. 城內的宮苑、驛站、店鋪作坊、市井、虹橋、城樓、仙山、郊野及街頭的民俗文化表演，再現了宋城汴京和臨安的京都繁榮景象。

### （二）其他相關發展：

在宋城的基礎建構下，宋城集團另外開發各具特色的三大景區及房地產業：

1. 杭州樂園：華東地區最大的全新一代綜合性主題公園。
2. 美國城：表現美國人文和自然景觀為主題的公園。
3. 山里人家主題公園：以「懷舊和故鄉情」為主題的農業觀光旅遊區。
4. 旅遊網絡：在杭州市率先建立六大遊客接待中心，提供包括旅遊、交通、購物、住宿等一條龍諮詢服務，從而使每個進入杭州市的遊客都能及時了解到杭州旅遊的最新動態，凡是進入杭州的遊客都可以納入「宋城」旅遊網絡。
5. 房地產業：宋城集團還憑藉景觀優勢，成功地介入房地產業，開發了全國獨一無二的天城景觀房產。該房產開盤僅兩個月，銷售額就達到8000萬元，並被評為「杭州十大熱銷樓盤」。

## 三、心得及建議

### （一）以「宋城千古情」大型歌舞劇為核心，定位明確：

杭州宋城旅遊發展股份有限公司是中國最大的民營旅遊企業，1996年5月18日杭州市第一個主題公園宋城在之江國家旅遊度假區隆重開幕，成功打造了以

「宋城千古情」大型歌舞劇為核心的宋文化主題公園，並以「給我一天，還你千年」口號，強化參訪者的印象。宋城的啓動，多數人皆不看好，然該集團董事長黃巧靈先生獨排眾議，善用相關資源，開幕後短短 3 年間，便已回收全部投資，形成了旅遊演藝、休閒房產、酒店與文化創意產業群三大主業，總資產逾百億。

(二) 結合週邊旅遊景點，增加效益：

宋城位於杭州城外的之江國家旅遊度假區，其設置與發展使杭州的區域一下子拓展到錢塘江邊，充分顯示宋城決策者對未來城市發展作了充分估計，改變了當時杭州旅遊只前往西湖參觀的路徑，人造主題公園與自然景觀互為依托，相互輝映，將兩宋豐富文化與現代城市文化有了結合的文化載體，動態表演和靜態景觀相融合，帶動杭州整體觀光效益，同時在杭州市建立六大遊客接待中心，提供包括旅遊、交通、購物、住宿等一條龍諮詢服務，從而使每個進入杭州市的遊客都能及時了解到杭州旅遊的最新動態，凡是進入杭州的遊客都可以納入「宋城」旅遊網絡中，由此可知，城市發展與特色，已非單點呈現，應思考如何由點整合成全面發展，才能帶動整個城市觀光發展。



宋城城區內



園區餐飲現場表演麵條製作



傳統說唱藝術表演

# 西溪國家濕地公園、創意產業園區

撰寫人：高明秀

時間：99 年 8 月 6 日

地點：國家濕地公園－杭州市西湖區天目山路 419 號  
創意產業園區－國家濕地公園桑梓漾區域

## 一、目的

西溪濕地公園是大陸第一個國家濕地公園，是罕見的城市中次生濕地，近年因電影「非誠勿擾」在此取景，吸引許多觀光客前來一探美景，另位於濕地公園桑梓漾區域，杭州市政府建造了具有西溪特色的原生態創意設計藝術莊園，是杭州十大創意產業園區之一，目前已吸引眾多一流人才和名人大師，其中臺灣知名漫畫家朱德庸、蔡志忠與導演賴聲川等 3 人已經入駐園區，因此，了解園區環境與其經營型態、方式，以為參考。

## 二、過程

### (一) 國家濕地公園

#### 1. 地理位置

西溪國家濕地公園坐落於杭州市區西部，距西湖不到 5 公里，為杭州市最低處，總面積約 11.5 平方公里，原有住民 2,226 戶 13,000 多人，杭州市政府花了 60 億人民幣動遷與整理。2003 年起開始實施「西溪濕地綜合保護工程」，分 3 期開發，分為東部濕地生態保護培育區(第 1 期)、中部濕地生態旅遊休閒區(第 2 期)和西部濕地生態景觀封育區(第 3 期)，2005 年 5 月 1 日開園，第 1 期佔地面積 3.46 平方公里，共開放 8 大景點，至同年底遊客計 44 萬 8,500 人次，營收計 1,678 萬元人民幣，同年 12 月，獲頒杭州市第一屆最佳人居環境獎，第 2 期於 2007 年 10 月 1 日起有限度開放，第 1、2 期共投入 70 億元人民幣，第 3 期預計將投入 50 億元人民幣。

#### 2. 環境介紹

整個保護區分成 3 大區域：東部是濕地生態保護培育區，主要任務是保育、恢復、培育，營造具有濕地多樣性物種的原始濕地沼澤地；西部是濕地生態景觀封育區，實行一定年限的全封閉保護，營造原始濕生沼澤地；中部是濕地生態旅遊

休閒區。濕地中有 2,773 個魚塘，彼此都是互通的，水域面積占總面積的 70% 左右。經過復育後，鳥類已經從 80 多種增加至 126 種，接近杭州鳥類總數的一半，由於白鷺是最常見的鳥類，所以濕地的標誌是白鷺站在一條船上。西溪濕地裏有本地植物包括梅、竹、桑、柳、茶等不同類型的植物 400 餘種，另引進 600 多種非本地植物，合計 1,000 多種不同植物，其中最有名的是柿子與梅花，保留下來的老柿樹在第 1 期工程內有 2,802 棵，預計 3 期開發下來有近萬棵柿子樹留下來。

### 3. 動遷補助安置措施

西溪濕地保護工程涉及蔣村鄉千餘名居民的遷移。爲了盡快開展拆遷工作，在補助政策上，除了按照杭州市徵地拆遷的統一標準外，市、區、鄉三級還對因地處濕地拆遷運輸不便等因素產生的特殊費用給予了額外補助(拆遷補助)。同時，對所有被徵收的農民均實行養老保險，納入全市統一的城鎮職工養老保險中。另爲解決民眾安置問題，在西溪濕地相鄰地動工興建總面積 13 萬平方公尺的西溪花園和蔣村花園專案住宅，並以每人每戶 50 平方公尺進行分配，興建期間補貼居民租金。此外，在公園建設和營運過程中堅持優先安排當地居民就業，凡西溪國家濕地公園所涉及的服務、船工、物管等人員，優先進用當地村民。

## (二)創意產業園區

### 1. 地理環境

西溪創意產業園爲杭州市政府的政策，爲杭州十大創意產業園區之一。地處西溪國家濕地公園桑梓漾區域，園區佔地 0.95 平方公里，共有 59 幢建築組成，建築面積約 2.6 萬平方公尺，投資近 1.4 億元人民幣。創意產業園根據不同時期遺存的保留建築，按照「生態化、功能化、差異化」標準進行修繕、新建，是一個具有西溪特色的原生態的創意設計藝術莊園。創意園形成「一園二區」空間發展格局，東區爲創意產業總部基地，西區爲名人工作室和原創機構。

### 2. 經營策略

創意產業園依據豐富的自然景觀、文化歷史和優秀的人才資源，以發展影視產業、文學藝術產業爲重點，逐步吸引眾多的一流人才和名人大師，力爭把園區打造成爲大陸具有一定影響力的藝術創意策源地。目前已有 20 多位名人、影視 7-9 家入駐，其中有來自臺灣的著名漫畫家朱德庸、蔡志忠與導演賴聲川等 3 人，以及華策影視、長城影視、南廣影視等多家企業總部。

創意產業園的名人別墅區爲前 5 年免費提供給文化人士作爲居住及工作處所，第 6 年起則爲每平方公尺收費 0.5 元人民幣，400 平方公尺則爲 200 元人民幣，

一個月為 6,000 元人民幣。整個園區除了影視、名人，沒有另外開發其他房子出售，未作商業開發，只為單純的文化政策。創意產業園區與生態園區相連接，同由杭州市政府西湖區政府負責，共投資了 60 多億人民幣。雖然園區內並未作商業開發，但園區外的西南區有悅榕莊飯店、希爾頓飯店等商業開發，土地開發公司為 4 成國有、6 成社會資本(沒有黨資本)，因為西溪濕地的開發，帶動了周邊的商業土地開發，使得這家公司當時的資本額為 20 多億，現已變成 70 多億，且當時標售政府土地 100 多畝，一畝是 300 多萬，現已變成一畝 1,500 多萬，增值 5 倍之多，這種投入初期建設成本，帶動周邊商業土地，並將國有土地標售或標租出去，再回饋投入建設文化設施，幾乎是大陸目前開發文創園區的共同模式。

### 三、心得

- (一)在西溪濕地保護案推動上，杭州市政府下了很大的決心，雖然經濟發展是所有城市發展過程中一個很重要的要素，800 億元人民幣的土地價值誘惑並沒有讓杭州市政府出售了這塊寶地，反而回過頭來投資 100 多億元人民幣進行環境之清理與恢復，據了解，如果西溪濕地綜合保護工程晚啟動 1 年，要恢復到較好的生態狀況，就必須增加 1 億元人民幣以上的投入，在與利益衝突的同時一定有人反對市政府的決定，但是前瞻、正確的決策，卻在濕地公園逐年逐區開放後見到了無限隱形的效益，包括環境生態永續效益、社會文化保存效益、休閒觀光經濟效益、科學教育扎根效益，進而帶動週邊優質的生活環境。
- (二)由於西溪創意產業區致力於三年內成為以藝術創作為主體，集藝術展示、藝術交易及文化、休閒、旅遊為一體的 ART-MALL，目前所呈現的初步樣貌與氛圍，似尚未具體反應在提升市民更有質感的生活空間與社區氛圍上。相較之下，另一開發案例--以文創設計為定位特色的東京中城 Midtown 創意聚落，反而比較能啟發我們：「<sup>5</sup>發展文創產業應不只為商品烘托出更高的附加價值，也應為市民帶來更有質感的生活空間與社區氛圍。有質感的生活空間才易於醞釀高加值的創意商品經濟；而創意商品經濟所圍繞的空間也會培養出更優質的生活風格。」。在訪視大陸多個文創園區後，並參考東京中城之案例，我們應該思考文創產業發展的重要基礎建設，應該是優質生活美學氛圍，如此，文創產業園區才不會落於只有「肉體而沒有靈魂」的空間之問題。

### 四、建議

- (一)在西溪濕地綜合保護工程的建設過程中，杭州市政府提出「保護為主、合理利用」

---

<sup>5</sup> 資料來源：李仁芳，「東京中城灑落風」，藝術家第 421 期第 116 頁



為目標，以及「生態優先、最小干預、修舊如舊、注重文化、以人為本、可持續發展」6大原則，這種全面保護和恢復西溪濕地的生態命脈，以及全面保護和恢復西溪濕地的文化遺產，值得學習。另拍賣週邊土地以彌補建設經費的投入，並用於週邊公共建設的作法，也可進一步研究。

- (二) 在開發創意產業園區部分，杭州市政府在濕地的環境裡，營造生態的、詩意的景觀辦公室環境，期能激發無限的靈感與創意。每幢建築均採用鋼構，限高三層，造型與自然環境結合，既有個性又不顯得突兀，而免費提供 5 年給文化人士作為居住及工作處所的經營策略，就初期開發而言，確實成功地打響創意園區成為國家級的創意產業示範區，惟園區若要永久經營，工作環境尚須有完備的公共生活機能，因此園區未來的發展尚待觀察。另大陸眾多文創園區多以標售國有財產來帶動周邊商業土地開發，再回饋至建設文化設施的模式，在臺灣是否可行仍待研究。



西溪國家濕地公園入口處



園區約有 70%的水域面積，河流縱橫交匯，形成獨特的濕地景緻



電影「非誠勿擾」拍攝外景地



西溪創意產業園入口處



園區分爲東區、西區兩大功能區塊



西區爲藝術村落區--名人工作室



漫畫家朱德庸工作室的窗外景色



# 杭州濱江動漫基地

撰寫人：李家珍

時間：99年8月6日

地點：杭州濱江動漫基地、玄機科技信息技術有限公司

## 一、目的：

「杭州國家動畫產業」位於杭州國家高新技術產業開發區（濱江）；為首批中國國家級動畫產業基地之一，也是首批惟一一個以高科技園區命名的動畫基地，此行除參觀台商投資公司－玄機科技信息技術有限公司外，亦與杭州濱江動漫基地主要機關進行座談，以期能瞭解其規劃與動漫相關企業之發展模式。

## 二、過程：

### （一）杭州濱江動漫基地概述：

#### 1. 緣起：

中國國家廣播電視總局於2004年12月批准「國家動畫產業基地」和「中國美院動畫教學研究基地」，杭州高新區（濱江）便成為中國首批國家級動畫產業基地之一，初步已形成了創意策劃、研發製作、衍生產品開發、服務外包、市場運營、教育培訓、投融資和技術服務一體化的動畫產業鏈格局。

#### 2. 組織機構：

- （1）2005成立「動畫產業基地建設領導小組」，設立「動畫產業基地辦公室」；組織「國家動畫產業基地專家諮詢委員會」。
- （2）2009成立了「文化創意產業領導小組」，下設區「文化創意產業辦公室」。

#### 3. 政策扶持：

- （1）2005年2月，公佈《關於鼓勵和扶植動畫產業發展的若干意見》，安排每年人民幣2000萬元專項資金。
- （2）2007年修訂政策，積極強化對企業的扶植及對於動畫產業鏈的培育，全面落實扶持政策。
- （3）2009年公佈《關於鼓勵文化創意產業發展的若干意見》，安排每年人民幣9000萬元專項資金，在財政、土地、人才、研發、投融資等方面進一步扶植及強化文化創意企業向上提升。

#### 4. 三大平台建設：

- （1）公共技術服務平台：一期建設已完成，目前發展「企業免費服務月」。
- （2）投融資服務平台：辦理知識產權質押擔保、銀行企業座談會、投資推介會。
- （3）版權保護平台：建構「版權保護示範基地」。

#### 5. 發展歷程：

- （1）2005-2007年：完成24000多分鐘，佔全省95%以上產量，居予全國前

例。

- (2) 2008 年：完成 16886 分鐘居於全國各國家級動漫基地首位。
- (3) 2009 年 1-11 月：完成 17963 分鐘同比增長 40%以上，研發製作完成遊戲作品（包括網絡遊戲和休閒遊戲）490 款。

#### 6. 願景：

預計至 2015 年，可培育集聚高新技術企業 2000 家，上市企業 60 家；年度授權發明專利 1500 項，R&D（研發管理）投資達人民幣 100 億元；產業扶植資金人民幣 20 億元，帶動風險資金人民幣 400 億元；創新創業人才 20 萬人，留學歸國創業人才 5000 人；高新技術產業技工貿收入達到人民幣 3500 億元。

### （二）玄機科技信息技術有限公司概述：

1. 創辦人：溫世仁先生。

2. 成立：

於 2005 年成立，為最早一批進駐杭州國家動漫產業基地的企業之一，目前上海漕河經與杭州均有設置公司，整個團隊約 100 多人，並有許多外製團隊。

3. 經營業務：

以弘揚中國傳統文化為主，生產包含動畫片製作、動畫電影製作、電視節目策劃、動漫圖書出版發行、衍生產品開發、網絡遊戲開發、新媒體等，目前正與臺灣霹靂電視台洽談合作事宜。

4. 3D 動畫劇《秦時明月》：

(1) 原著：溫世仁先生

(2) 3D 武俠奇幻動畫劇：

為中國第一部針對海內外各年齡層市場推出的大型 3D 武俠奇幻動畫劇，其定位即是成為華人影視動畫行業的頂尖作品。由於採用 3D 技術進行制作開發，人物、場景等元素一經完成便可重復用來調節動畫，素材利用率高，量產時大量節省了制作時間和人力成本。目前已推出三部動畫片，目前已可將前二部所投資經費回收（第一部約耗費約人民幣 1500 萬元、第二部約人民幣 1600 萬元）。

(3) 衍生品：包含包裝用袋、圖書音像、個人用品、文化用品、收集卡、玩具、公仔、飾品等。

(4) 獲獎無數：連續三年獲得推優作品、浙江省精神文明五合一、最高獎項為星光獎，國家級獎項無實質獎金，但當地政府則給予其他再獎勵政策。

## 三、心得及建議

### （一）中國政府大力支持動漫產業：

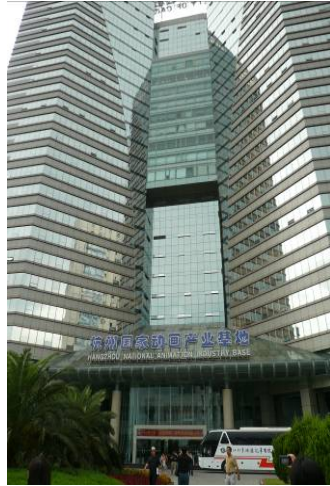
浙江杭州生產之動畫片位居中國各城市之首，動漫遊戲產業營業收入達 1.5 億元人民幣（下同），成為杭州發展最快的產業之一。擁有 5 個國家級動漫基地，動漫企業 135 家，從業人員 1 萬多人，動畫片年生產總量連續多年位居全中國



前列，也由於政府大力支持，故進駐廠商得以專心研發各項動漫計畫，足見政府之支持實為影響主要原因之一。

(二) 秦時明月 3D 動畫片經營成功：

玄機科技信息技術有限公司所研發製作之「秦時明月」動畫片，其經營策略為運用週邊商品、網路訊息、cosplay、網路遊戲等方式，多元管道同時並行，成功創造話題與產值。



杭州國家動漫產業基地外觀



玄機科技信息技術有限公司(位於杭州國家動漫產業基地內)



團長李仁芳副主委與秦時明月人物合影



座談簡報



杭州濱江動漫基地簡報座談

# 白馬湖生態創意城

撰寫人：李家珍

時間：99年8月6日

地點：白馬湖生態創意城

## 一、目的：

白馬湖生態創意城係以動漫產業為重點的文化創意產業園區，並與白馬湖區塊規劃有機結合，將居民保留下來，並接受文化創意生活的薰陶，打造一個全新的創業模式，此一生態園區經營機制，亦為臺灣參考模式之一。

## 二、過程：

### （一）白馬湖生態創意城概述：

係依據杭州國家高新技術產業開發（濱江）區白馬湖區塊概念，將杭州濱江區南部約 1500 公頃的區域將改造成「國家級文化創意產業區、白馬湖旅遊休閒度假區、杭州城市美學、建築美學示範區和諧創業示範區」。其中白馬湖旅遊休閒度假區規劃為「白馬湖生態創意城」，近西湖，中間以錢塘江做為區隔，用地範圍 20.5 平方公里。

### （二）農居變 SOHO：

2008 年初，基礎相對較好、曾被聯合國授予「全球生態 500 佳」的山一村卻訂為社會主義新農村建設啓動區塊（SOHO 工作室改造）。工程涉及農居 540 戶，作為第一個農居變 SOHO 示範點，形成 3000 名文化創意人才規模的集聚點，其餘 500 幢農居 SOHO 改造，於 2009 年完成，計有 1500 幢農居改造成 SOHO。

### （三）以動漫產業為核心：

動漫廣場於 2009 年 3 月開工，目前該項目於 2009 年 3 月開工，目前，動漫廣場一期項目計劃 2010 年底全面竣工，其中會展中心 2010 年 4 月中旬竣工，木標即是以以動漫遊戲產業為核心，以白馬湖生態創意城為主要平台。

### （四）展望：

逐步形成以文化創以產業為主，兼顧大旅遊產業、信息服務與軟件業、中介服務業、房地產業；已動漫遊戲產業為主，兼顧信息服務業、設計服務業、現代傳媒業、藝術品業、教育培訓業、休閒旅遊業、文化會展業等，一主多副的產業格局。2010 年：文創產業增加 99.6 億元，佔全區生產總值的 28.9%，2015 年文創產業預計增加產值 280 億元，佔全區生產總值的 40.5%。

## 三、心得及建議：

### （一）政府、居民與產業界三方共贏：

本地原為農民居住及耕種之處，當地政府擇定本區為生態創意城後，保留現有的農居，於週邊另行建蓋房舍供農民免費遷住，閒置後之農舍所有權仍屬農民，並由政府出資進行整建，而後進駐單位選擇農居點作為創業基地，其優勢是低廉的辦公成本，進駐後的租金收入，仍由農民收取（一年約人民幣 10 萬元整），如此完善方案，不但解決因搬遷而衍生之抗爭問題，同時改善農民原有生活模式，更成就白馬湖生態創意城的設立，「農居變 SOHO」應運而生，達成政府、居民與產業界三方共贏的局面。

## （二） 多樣貌的文化創意園區：

相較於其他以閒置工業廠房為主的文化創意園區，白馬湖生態創意城主打農居再利用，並以「宜業、宜居、宜游、宜文」貼近人心的口號，令人耳目一新，並以動漫遊戲產業為特色的綜合性生態文化創意城，形成杭州特色發展文化創意產業的「白馬湖模式」。



改造後之農居，目前提供文創業者進駐。



園區內亦設置杭州市政府所提供之租用自行車。