

出國報告（出國類別：國外暑期短期研習）

韓流與韓國文化創意產業  
-韓流文化產業研習營-

服務機關：政大韓語系

姓名職稱：郭秋雯 助理教授

派赴國家：韓國

出國期間：2011.08.18~08.27

報告日期：2011.09.07

# 國立政治大學發展國際一流大學及頂尖研究中心計畫

## 出國成果報告書（格式）

計畫編號 <sup>1</sup>		執行單位 <sup>2</sup>	國合處		
出國人員	郭秋雯、劉心華等 2 位老師 陳怡穎等 8 位同學	出國日期	100 年 8 月 18 日至 100 年 8 月 27 日，共 10 日		
出國地點 <sup>3</sup>	韓國、韓流文化產業協會、 外國語大學	出國經費 <sup>4</sup>	6 萬元		
報告內容摘要(請以 200 字~300 字說明)					
<p>想要讓‘文化’移動出走的話，‘動力’是很重要的。再好的商品，如果沒有包裝、宣傳與行銷的話，是到不了消費者的手中！當然，這個所謂可以推動文化出走的‘動力’，是需要實質的運作與支援。</p> <p>韓國的文化部轄下的‘韓國文化內容振興院（簡稱 KOCCA）’是台灣相關單位最喜歡造訪的機構，因為 KOCCA 可以提供許多美麗的數字與願景讓台灣人羨慕，於是我們努力向韓國的文化政策看齊。殊不知，真正讓韓流與文化創意產業發光發熱的單位並非 KOCCA，而是許多的非官方民間組織與私人企業。</p> <p>這些對台灣人陌生，卻對推動韓國文創產業不餘遺力的非官方組織與企業，他們才是真正結合產官學研的文創產業推手，他們創造了許多的不可能、彌補了政府的不足、扮演了政府與個人或中小企業間的橋樑。</p> <p>他們將韓國當作一個品牌，向國民宣導、向世界行銷，創造商機、提升形象、振興經濟。韓國人民因此而驕傲。</p>					
（本文 <sup>5</sup> ）					
詳見附件一					
建議事項參採情形 <sup>6</sup>	出國人建議		單位主管覆核		
	建議採行	建議研議	同意立即採行	納入研議	不採行
1. 此活動可提升由校級單位舉辦	✓				
2. 可與「韓流文化產業協會」具體交流		✓			
3.					

出國人簽名： 郭秋雯

日期：2011.09.07

連絡人： 郭秋雯

分機：88175

<sup>1</sup> 單位出國案如有 1 案以上，計畫編號請以頂大計畫辦公室核給之單位計畫編號 + 「-XX（單位自編 2 位出國案序號）」型式為之。如僅有 1 案，則以頂大計畫單位編號為之即可。

<sup>2</sup> 執行單位係指頂大計畫單位編號對應之單位。

<sup>3</sup> 出國地點請寫前往之國家之大學、機關組織或會議名稱。

<sup>4</sup> 出國經費指的是實際核銷金額，單位以元計。

<sup>5</sup> 頁數不限，但應含「目的」、「過程」、「心得及建議」。

<sup>6</sup> 出國參加學術會議、發表論文者，此欄位可不必填寫。

# 本 文

## 目 次

- 一、目的
- 二、過程
- 三、心得
- 四、建議事項

### 一、 目的

實際探訪韓國，對於韓國如何透過韓流傳播文化並發展文化創意產業之課題一窺究竟。

在亞洲，韓國的文創發展可謂最早也最完備，此次韓國國外短期研習課程由「韓流文化產業協會/論壇 (Korean Wave Culture Industry Forum)」為我們全程設計，透過該協會其產官學研等各領域的結合力量與地方政府相關單位的協助，除了相關課程與講座外，更有許多一般外國人所無法親身體驗的行程。

本研習營除移地教學，讓學生親自體驗、深入了解韓國文字、歷史、流行文化、民情風俗與文創產業發展軌跡等目的外，可謂為台韓兩國深度的民間文化交流開啟了美麗的斐頁。

### 二、 過程

第一天 抵達機場後，在前往位於清潭洞的藍珍珠飯店途中，到位於狹鷗亭洞的‘四月麥飯 (사월에 보리밥)’ 享受養身且美味的五穀米拌飯。



第一天  
第二天  
第一天



第二天 當天早上因交通管制，無法立即前往外國語大學上韓食課，於是導遊臨時帶大家到韓國的總統府—青瓦台一遊，青瓦台附近有個小旅客中心，除了一些韓國的建設藍圖外，也有商品販賣，有點像故宮，不同的是這裡有藝術家現場製作。



左下為即將完工的首爾新市府模型、右下為龍山國際貿易區新建築模型

短暫的青瓦台巡禮後，便前往外國語大學上韓食課程，午餐即自己做的‘韓式壽司’。課程結束時，老師發給我們每人一份問卷，作答完畢者，可領取一本韓國飲食食譜。問卷內容在調查外國人對韓食的認識，這對於日後推廣韓食將有所依據與助益。





課程結束午餐後，前往位於二村的國立中央博物館參觀其文物展，徜徉於韓國歷史中。



結束歷史文物之旅後，欣賞了曾經來台灣公演過的 JUMP 秀，一部由跆拳道黑道高手演員所表演的默劇，雖然沒有台詞，但與觀眾多所互動，打破了語言的限制，曾被譽為新韓流產品。是繼亂打秀後，國外觀光客必走之行程。

看完 JUMP 秀後，前往仁寺洞享用韓式竹筒飯，餐後為自由時間，一遊現代與古典結合的仁寺洞。



\*真的有一塊木炭在米飯上面



第三天 第一個景點為知名的景福宮與光化門廣場，光化門廣場是這幾年為了宣揚世宗大王與韓國文字才在車水馬龍的大馬路中間硬是擠出了一條可供表演與玩耍的方。



2011年8月20日 韓國參訪團-第三天



午餐後便是大家期待的韓文課，由協會代理會長暨 hangul(한글)協會理事長安大關先生為我們講授，配合數位軟體與影音效果，讓大家在短短兩個小時內可以看字讀音。最後老師還出了考題，通過者獲得一片市價約台幣 8 千元的韓文教學數位 CD。(左下圖) 在一片歡樂聲中，此行「韓流文化產業協會」的幾位重要理事特地前來為大家打氣。(右下圖)



2017年8月20日 韓國參訪團-第五天



下午行程為弘益大學的創意市集 (free market)，創意市集的商品多為手工製作，每個設計皆不同，在創意市集可看到許多充滿創意的商品，以及令人讚嘆的創新點子。韓國政府利用以美術系出名的弘益大學之地理優勢，發展另類的文創，也提供創作者一個可發揮的空間。



\* 木頭雕刻的手機吊飾與裝飾品



\* 用玻璃瓶蓋做成的手機吊飾

此外，弘益大學附近提供一個露天表演場，喜歡歌曲創作或演唱的年輕人，這裡便是他們的表演舞台。還有，愛畫畫的年輕人，也可以在創意市集裡為大家畫素描。



晚餐後，前往貞洞劇場欣賞‘美笑公演’，此乃韓國古典小說‘春香傳’改編而成的舞台劇，故事時而令人感傷、時而令人破涕為笑。此舞台劇可以說是一個典型的文創產品，結合古典文化與創意並開發成商品，除了傳播韓國文化外，也替韓國開創了許多商機。



晚餐後前往郊區的韓式三溫暖（汗蒸幕），享受森林炭窯汗蒸幕的舒暢，之後在森林一角，體驗了韓國茶道，讓大家品嚐了由韓國飲食與天然植物研發而成的多種養生茶，有了一晚的好眠。



第四天 週日，上午為自由時間，午餐享受了豐富的鴨肉大餐後旋即前往位於一山的 MBC 韓劇製作中心，MBC 工作人員的詳細介紹與導覽，讓大家有身歷其境的感覺，也參觀了目前正在上映中的古裝大戲‘階伯將軍’的攝影棚。



第五天 早上參觀了南山韓屋村、北村韓屋村，前者為古代貴族私家之遺址，後者則保留至今仍有人居住，韓國現任總統李明博就曾住過此地。北村韓屋村有許多個人工作室，除了創作、教學、展示，也銷售商品，這也是政府支援個人創作的政策之一。



上圖：南山韓屋村、下圖：北村韓屋村，右下圖乃現任總統李明博曾經居住過的房子。



上圖與左下圖為北村韓屋村的個人工作室與藝術教室，右下圖北村外語導覽義工

在東大門市場午餐後，便往世界遺產昌德宮參觀，其中有現今難以再現的青瓷瓦，現在的青瓦台乃依據這裡的青瓷所造成。

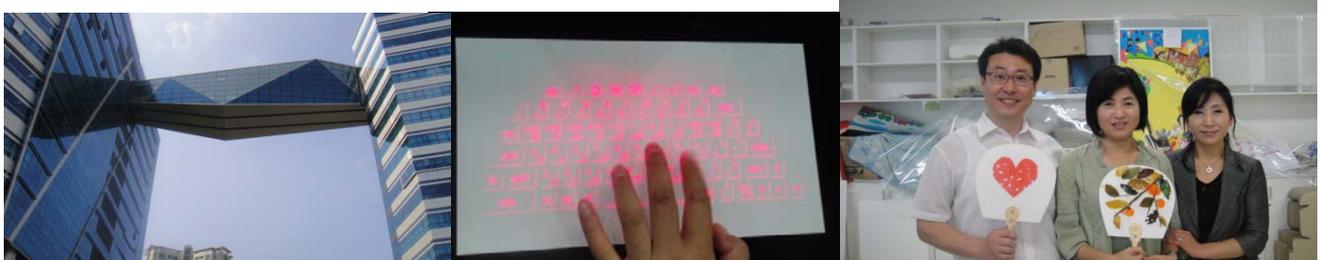


晚上在知名的明洞商圈自由逛街，晚餐後前往許多韓劇的拍攝景點‘首爾塔’，並搭快速電梯到塔頂欣賞首爾夜景（下圖）。



2011年8月22日 韓國參訪團-第五天

第六天 上午到上岩數位媒體城體驗先進的科技與未來世界，結束參觀後聽取‘首爾設計創作支援中心’與‘韓紙藝術創作’簡報，並親自用韓紙製作扇子。將韓紙用手撕成想要的圖形，並透過點燃的香稍成效果，最後貼在扇子上面。韓紙與宣紙的差別在前者較硬，後者較軟，近年來韓國利用韓紙做成許多藝術作品與工藝品，行銷到全世界。



上左：數位媒體城、中：浮現在玻璃上的鍵盤、右：左為韓流文化產業協會秘書長、右為韓紙藝術家

午餐完後便驅車前往韓國的西南方全羅北道的‘全州韓屋村’。全州韓屋村乃 1999 年被選定為韓國的慢城 (slow city)。「慢城運動」1999 年誕生在義大利，目前全世界已有 16 國 14 個城市晉身慢城之列。慢城的第一個條件就是城市人口不能超過五萬人，且須遵守慢城憲章中多達 54 條的政策：推廣有機、減少噪音與交通流量、增加綠地與徒步區、支援當地的農民以及販售當地農產品的商店市場與餐廳、獎勵環保科技、保護當地美學與美食傳統…，同時也誓約要創造更健康的環境，讓居民意識緩慢步調的生活價值。步行在全州韓屋村就有慢活的舒適感。



晚餐享受了高級的生螃蟹醬與全州著名的濁酒(막걸리)，當晚全州市議會議長還帶著文化局長來接見我們，並致贈我們每人兩份禮物。此外，還有濁酒公司的老闆、全北大學的教授…等產官學研各領域的負責人皆來共襄盛舉，對於我們舉辦這樣的研習團，他們感到振奮與歡迎，希望台灣和韓國的交流可以再活絡起來。(下左：全州市議會議長與文化局長)



一個晚宴同時也讓我們見識到了「韓流文化產業協會」背後驚人的支援力量。晚上夜宿韓國傳統的房舍‘養士齋’，門外還貼上中華民國國旗與韓國國旗呢！



2017年8月24日 韓國參訪團-第七天

第七天 參觀全州的德鎮公園、製作濁酒的工廠，老闆還送我們每人三瓶濁酒。之後前往參觀往世界最長的‘新萬金防波堤（33.9 公里）’。新萬金防波堤展現了韓國的工程技術，這不僅是防波堤，而是一個很大的填海造鎮計畫，為了讓全羅道成為另一個經濟中心，擅長填海造鎮的韓國，這次又將野心勃勃進行這個開發計畫。這裡原本是禁止一般人出入的，但「韓流文化產業協會」動用了地方關係，不僅讓我們入內參觀並安排專人為我們解說並聽取簡報。



左：濁酒工廠老闆為大家講解濁酒種類與製作過程、右：參觀新萬金防波堤

第八天的重頭行程便是到韓國世貿中心參觀‘國家品牌綜合展覽會’，第一天開幕早上是不開放給一般民眾參觀的，而我們是以 VIP 的身份進場，給足了我們面子。



所謂‘國家品牌綜合展覽會’其實就是把韓國當作一個品牌，介紹各地方的特色，以及正在發展的文創產業，除了介紹外也有廠商進駐，提供試吃喝與紀念品發放。



上左：金妍兒穿的溜冰服由韓國知名設計師所設計，裙子部分不忘寫上韓文字

上右：釜山不再只是個海港，韓國政府透過國際電影節的舉辦，企圖將釜山躍升為國際電影城



左：協會秘書長教我們如何玩韓文拼字、右：韓國人最驕傲的 2002 世足賽球員們的簽名

第九天 第八天參觀完展覽會後即搭機前往濟州島，濟州島自從成為經濟貿易特區給中國人免簽證之後，整個濟州島充斥了陸客。韓國政府這些年為了提高濟州島的知名度，要許多韓劇到此拍攝，然後配合觀光行程，成為哈韓族想親自造訪的景點，大家熟悉的‘大長今’也在這裡拍攝過。濟州島保有一群‘原住民’住在一個特定的村落，政府提供支援，讓他們保存傳統的屋舍，住在這區的孩子可以享有免費唸書的優惠，但濟州島因為地理環境的險惡，島上的居民生活辛苦，很多人都到外地討生活。不過受韓流的影響，也著實為濟州島政府帶來許多觀光收益。



上左：濟州島的傳統屋舍、上右：大長今拍攝現場  
下左：韓劇‘All in’拍攝景點、下右：濟州島知名景點‘龍頭巖’



晚餐後舉行結業典禮，協會金秘書長特地南下濟州島頒發結業證書給每位學員，也致贈了協會自製的精緻紀念品給帶隊老師。



第十天 一早搭 7 點 10 分（韓國時間）的班機前往金浦國內機場，隨即趕往仁川機場搭 11 點的班機返回台灣，結束了十天的行程。

### 三、心得

如果說韓劇為第一波韓流，K-Pop 為第二波韓流，那麼韓國飲食即將成為第三波韓流。此次研習，除了文化的饗宴，協會精心為我們安排每餐不一樣的韓國飲食，讓大家品嚐了道地的韓國飲食文化。透過飲食文化，大家更加明白韓國飲食不是只有紅色的辣，還有許多養生文化蘊藏其中，這是許多學員共同的感受。

兩天一夜的全州市韓屋村‘慢城’體驗，以及在韓國世貿 Coex 舉辦的‘國家品牌綜合展覽會’，我們看到了韓國在發展文化創意產業的同時，如何與世界接軌、如何建立自己的品牌，將韓國行銷到全世界。

單一民族的韓國，其實可以拿出來談的內容並不豐富多元，但每個既有的東西都可以經過改造包裝，再加一點創意巧思，變成一個全新的文創商品，及使是一個不太起眼的小城市也可以改裝成功，己身為國際慢城之列，變成觀光景點。

很多國人到韓國看到韓國的東西，常常會說：「這個台灣也有啊，有什麼了不起！」

是啊，我們都有，而且內容不輸韓國，但為何我們無法像韓國一樣將台灣當作一個品牌行銷到全世界，為何我們無法統整每個優秀的商品？

也許大家會認為韓國文創的功臣都在政府，將台灣無法成功發展文創的責任都推給政府，那麼希望這篇報告可以修正大家的‘錯覺’，因為韓國政府除了政策的制訂與推廣外，其實幕後將政策落實的人是民間組織！

韓國的文化部轄下的韓國文化內容振興院（簡稱 KOCCA）是台灣相關單位喜歡造訪的官方單位，因為 KOCCA 可以提供許多美麗的數字與願景讓台灣羨慕，於是我們努力向韓國

的文化政策看齊。殊不知，真正讓韓流與文化創意產業發光發熱的單位並非 KOCCA，而是許多的非官方民間組織或私人企業。

這次幫我們規劃一切行程的「韓流文化產業協會」就是一個很好的例子。「韓流文化產業協會」其實是個不折不扣的民間組織，但同時又具有官方的公信力，每年代表政府頒發「韓國韓流產業大賞」給對韓國文創有貢獻的團體或個人、舉辦國際會議，這次「國家品牌綜合展覽會」他們是協辦單位。

這些對台灣而言可謂默默無名，但卻對推動韓國文創產業不餘遺力的非官方組織或企業，我們不得不去認識，他們才是真正結合產官學研的韓國文創產業推手，他們創造了許多的不可能，彌補了政府的不足，可以說成功扮演了政府與個人或中小產業間的橋樑，他們為這些民間小小的文創產業創造出頭天的機會，同時也幫政府尋找有希望的個人創作產業。

一個可以結合中央政府、地方政府、民間企業、個人創作產業與學術研究的非官方單位，從推廣到創作到銷售，他們現在要推動的是「韓流經濟文化」，而這個「韓流」不再只是狹隘韓劇，而是結合各項資源與創作，將韓國視為一個品牌，向全世界行銷，創造更多的商機，為此提升韓國形象、振興韓國經濟。

想要讓「文化」移動出走的話，「動力」是很重要的。再怎麼好的商品，如果沒有包裝、宣傳與行銷流通的話，是到不了消費者的手中！當然，這個所謂可以推動文化出走的「動力」，是需要實質的運作與支援，因此除了個人的創作之外，民間單位的合作交流、中央與地方政府的支援都是不可或缺的。

以中小企業揚名國際的台灣，我們可以透過更多的民間企業統合起來做出台灣品牌，因為我們有比韓國更棒、更多的創意人才，我們也有比韓國更多元豐富的文化。如果也能像韓國一樣，有個可以銜接政府與民間的非官方組織來統整一切，相信一定可以成功將文創產業建立起來並發揚光大的。

#### 四、建議事項

1. 此活動可提升由校級單位舉辦。
2. 台灣推廣文創產業之相關單位，除了一些耳熟能詳的景點與韓國官方資料外，可以實地參與進行中的文創計畫、進行民間交流，相信會有不一樣的體驗與收穫。
3. 「韓流文化產業協會」是值得進一步交流之組織，對台灣也相當禮遇，不怕中國的反對，從機場開始，一路上標有中華民國國旗的旗幟就跟著我們。  
該協會含括文創各領域之企業、組織、研究單位等，又具有韓國政府授權之公信力，與之交流對正積極投入文創產業的台灣應有相當助益。此次過程中，亦有產業代表（韓紙、設計等）想與台灣相關產業具體交流，若能藉此促成雙方民間交流，並透過每次的交流來提升台灣的知名度與創造商機，算是美事一樁，也可謂雙贏。

