

出國報告（出國類別：考察）

2013 年大陸地區文化創意產業發展考察 報告書(南京)

服務機關：文化部

姓名職稱：朱砮瑩簡任研究員等 6 人

派赴國家：中國大陸

出國期間：102 年 10 月 28 至 11 月 1 日

報告日期：102 年 12 月 20 日

目錄

壹、前言

- 一、國內、外環境情勢分析.....3
- 二、與參訪主題相關之本部政策現況分析.....3
- 三、參訪緣由與目的.....4

貳、行程安排及參訪議題

- 一、參訪行程.....5
- 二、參訪議題.....6

參、參訪心得

- 一、參訪地相關政策分析19
- 二、與我國相關政策之比較分析24

肆、建議事項25

伍、參考資料28

壹、前言

一、國內、外環境情勢分析

文化創意產業園區之設置源起於 1980 年代，歐美國家都市再生空間政策及以藝術為主導之都市發展政策，目的是以園區為據點，做為都市創意階層的培育基地，以獎勵、租稅優惠或補助政策，鼓勵藝文團體、創意工坊或特色產業進駐，並以此園區為核心，帶動周邊支援或關聯產業群聚，而形成一產業鏈發展，最終達成城市生機再造及區域經濟再生之目標。

中國大陸文化創意產業園區之發展，係其國務院於 2006 年發布「國家十一五時期文化發展規劃綱要」，提出以建設文化創意產業中心城市為核心，形成長江三角洲、珠江三角洲和環渤海地區三大文化產業帶，加快文化創意產業園區建設，使之成為文化創意產業的孵化器後，始有較長足發展。

2012 年，中國大陸文化部又根據「國家十二五時期文化改革發展規劃綱要」，制定「文化部十二五時期文化產業倍增計畫」，提出文化產業增加值年平均現價增長速度高於 20%，2015 年比 2010 年至少翻一番，實現倍增。該計畫主要任務之一是要「轉變文化產業發展方式」，包括鼓勵集聚發展，以建設 10 家左右為起點、規模化、代表國家水準和未來發展方向的國家級文化產業示範園區，和一批集聚效應明顯的文化產業示範基地。

二、與參訪主題相關之本部政策現況分析

行政院於民國 91 年，將「文化創意產業」列為「挑戰 2008：國家重點發展計畫」推動項目之一，本部(前身為行政院文化建設委員會)基於「創意文化專用區」可發揮集聚、擴散、示範與文化設施等多項功能，將台灣菸酒公司減資繳回國家之臺北、花蓮、臺中、嘉義等酒廠舊址及

臺南倉庫群等五個閒置空間規劃為「文化創意產業園區」。

華山、花蓮文化創意產業園區依據《促進民間參與公共建設法》相關規定招商，目前已由民間單位進駐經營；台中文化創意產業園區由本部文化資產局自行經營，部分空間採 OT、公開標租或逕予出租方式，由民間單位進駐經營；台南、嘉義文化創意產業園區則由本部依據《文化創意產業發展法》第 12 條規定，訂頒「文化部協助文化創意事業運用嘉義及台南文化創意產業園區申請作業要點」辦理招商，其中，台南文化創意產業園區已於 102 年 11 月與最優申請人完成簽約，嘉義文化創意產業園區現正辦理第三次招商公告，預定至 103 年 1 月 6 日截止。

三、參訪緣由與目的

由於近年來，大陸南京市文化創意產業蓬勃發展，文化創意產業增加值年均增長 25%，2012 年，全市增加值達 367 億人民幣，佔 GDP 比重 5.1%，文化創意產業已經初步成為南京國民經濟支柱性產業，連續 3 年在江蘇省全省文化績效考核中排名第 1，在亞太文化創意產業協會最近公布的 2013 年「兩岸城市文創競爭力」名列第 5。

南京市文化創意產業園區建設發展迅速，在大陸各省會城市中屬發展速度最快、數量最多的城市，各園區依託南京特色文化，主要分為綜合創意產業園（基地）、當代藝術創意園、網路遊戲與動漫創意產業園、影視創作基地、傳統書畫藝術創意基地、民間工藝創意市集和地域文化品牌基地等 10 個類別。目前，全市各類建成和在建文化創意產業園區近 60 個，占地面積近 1.5 萬畝，建築面積約 300 萬平方米，入駐企業達到 2,000 多家。現有國家級文化產業基地 9 個，省級重點園區 5 個，市級重點園區 8 個。此外，在「南京市國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要」中，亦提出加快文化創意產業園區、動漫產業基地建設，努力建成在全大陸有影響的文化創意中心城市。故本次大陸文化創意產業園區考察擇定南京市，期了解南京市文創園區之發展情形。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

日期	時間	行程	會晤對象
10月28日 (星期一)	12:10 14:00 17:00	搭乘東方航空前往南京 抵達南京祿口國際機場 抵達金陵大廈飯店 參訪地及行程確認	焦蘊華(南京市文化 廣電新聞出版局 副 巡視員) 紀鵬飛(南京市文 化廣電新聞局副處 長) 許可(南京市文化廣 電新聞出版局主任 科員)
10月29日 (星期二)	上午 下午	創意中央產業園 晨光1865創意產業園	紀鵬飛(南京市文 化廣電新聞局副處 長) 王康(南京創意中央 營運中心總監) 李谷(現代快報藝+ 周刊主編) 俞前進(江蘇凡德文 化投資有限公司總 經理)
10月30日 (星期三)	上午 下午	南京雲錦國家文化產業示範 基地 國家廣告產業園	紀鵬飛(南京市文 化廣電新聞局副處 長) 任璇(南京雲錦研究 所股份有限公司 所 長助理) 賀超兵(中國廣告協 會副會長;大賀集團 董事局主席)

10月31日 (星期四)	上午 下午	智谷文創園區 揚州工藝美術博物館	紀鵬飛(南京市文化廣電新聞局副處長) 高副科(揚州市文化廣電新聞局副主任科員) 智谷文創園區 吳曉萍(揚州市工藝美術館刺繡高級工藝師) 陳付權(揚州工藝美術館執行董事)
11月01日 (星期五)	上午 16:35	老門東歷史街區 搭乘東方航空返回臺北 抵達桃園	紀鵬飛(南京市文化廣電新聞局副處長) 焦蘊華(南京市港澳台文化交流處副巡視員) 許可(南京市文化廣電新聞出版局主任科員) 蔣曉芬(南京市文化廣電新聞出版局副局長)

二、參訪議題及內容

(一)文化部參訪團員計有 6 人

姓名	單位	職稱	備註
朱砥瑩	文創發展司	簡任研究員	領隊
李長龍	文創發展司	科長	
曾巧芸	文創發展司	專員	
陳美蘭	文創發展司	科員	

胡文玲	文化交流司	科員	
楊家華	文創發展司	聘用副編審	

(二)參訪議題及內容

本次參訪團參觀中國大陸南京市文化創意產業園區之相關單位，計有創意中央產業園、晨光 1865 創意產業園、南京雲錦國家文化產業示範基地、國家廣告產業園、智谷文創園區、揚州工藝美術博物館及老門東歷史街區等，雖然，南京的文化產業似乎是一片榮景，且文化創意產業園區如雨後春筍般成立，但仍處於起創初期，相形之下，台灣已有初步發展規模，如果能建構兩岸文化產業的合作平台，相信文化創意產業能在整個華人市場中，占有重要商機。

第一天抵達時，已是傍晚時分，故行程自第二天開始。

第二天參訪行程-創意中央產業園、晨光 1865 創意產業園

1. 創意中央產業園

該園前身係為南京油嘴油泵廠（國有企業），建立於 1952 年，廠房因搬遷閒置多年後，於 2009 年，轉型為創意產業園，由政府引入民營企業—南京垠坤投資實業有限公司，由其成立創意中央運營中心進行營運，並負責整修，經費由營運單位出資，擁有 15 年的使用權利，每年需提供政府 1000 萬人民幣租金，而本園區主要定位為企業育成基地。

園區位於南京市玄武區，東臨玄武湖，北邊為神策門公園，占地約 3 萬 6000 平方公尺，總建築面積約 4 萬平方公尺，目前已進駐的企業共有 119 家，其中，文化企業占 68 家，科技企業占 51 家，園區已租賃面積占建築面積約 98%，其中，包含新浪微博、人民網等著名大企業進駐，營運單位至目前為止，已投入 7000 萬人民幣（約 3.5 億台幣）於園區的運作，每年營收約 3000 萬人民幣。

園區目前共分為 4 大區塊，分別為文化創意區、科技研發區、產業配套區及商業配套區，進駐廠商主要來自營運單位主動邀請或自行加入，營運單位提供園區企業專業輔導活動，如：企業投融資引薦、企業著作權知識講座、文創人才（企業）精英交流會、法律公益講堂及企業政府資源對接等，因此，營運單位不僅租借場地給予民間企業進駐，更具有育成企業成長的功能。

實地走訪園區，該園區的建築風格與本部所主管之五大創意文化園區類似，均為舊廠房的磚瓦建築物，建物均已完成修繕作業，整體景觀配置佳，可以從細節中發覺修繕的細膩，例如：園區建築為達節能隔熱效果，在受光面較強的外牆增加沖孔鋁版，可兼顧美觀；園區道路鋪面設計園區 logo 的人孔蓋，並將建物立面倒影於平面鋪面，更增添活潑及趣味性。



圖 1 創意中央產業園區-立面倒影為鋪面



圖 2 創意中央產業園區-南京錦盒藝術包裝公司

我們並且造訪了園區的主要建物，其中，園區公共展覽空間的參觀動線流暢，室內光源配置充足，並引入自然光源；而南京錦盒藝術包裝公司（文創業者）室內空間雖不大，主要展示作品是禮品包裝盒，此處為其客戶接待中心。因園區內主要進駐廠商以公司為主，故展售的文創商品較少，與台灣文化創意產業園區所進駐的文創業者以展售商品為重點，似有較大的差異。

經由南京市文化廣電新聞局紀先生的引介，營運單位為本部人員進行完整的園區簡報，在交流座談過程中，讓本部參訪人員了解大陸官方及民間，對於經營文創園區之分工；座談會上，本部參訪人員也分享本部推動文創產業的作

法，及文創園區經營現況，並邀請其參與本部所舉辦的文博會，營運單位表示，有機會將會訪臺及參訪華山文創園區。



圖 3 創意中央產業園區-營運廠商簡介營運狀況



圖 4 創意中央產業園區-芥樓

2. 晨光 1865 創意產業園

南京晨光 1865 創意產業園，前身是時任兩江總督的李鴻章於 1865 年創建的金陵機器製造局，之後，該局搬遷至華東軍械總廠，而將該基地改為創意產業園。園區位於南京市秦淮區，北臨秦淮河，南邊為雨花台風景區，與明城牆隔河相望，園區西北角是金陵大報恩寺遺址公園，占地約 21 萬平方公尺，總建築面積約 10 萬平方公尺，園區內有 9 棟清朝建築、19 棟民國建築、26 棟建國後建築，目前已進駐的企業共有 200 多家，其中，文化創意企業占 85%，全園區每年納稅金額約 1 億人民幣。

園區目前由晨光集團及秦淮區政府共同經營，管委會係為政府、管理廠商及商會共同組成，園區僅提供租賃使用。大約有 5000 人在園區內工作，並有 3 間旅館，但僅開放供園區相關人員使用，未對外開放。另提供 2 棟廠房供微型企業進駐。欲進駐園區內之清朝建築者，需先經過古蹟審核程序後，始得進場修繕及進駐。園區松樹林立，區內建築風格因建築年代的不同，呈現不同的面貌，有很多棟房舍都尚未開放使用或修繕中，故至全園區開放使用，恐尚需一段時間。

我們並且造訪了園區的部分企業:永銀責任有限公司，為製造紀念幣的公司；大士茶亭，為專業文化館；凡德藝術街區，係為提升園區主要產值的區塊；唯晶科技，為科技動畫的台商；因園區內主要進駐廠商有公司、也有文創商品及古物販售，風格與定位與創意中央產業園有較大的差異。



圖 5 晨光 1865 創意產業園區-營運廠商簡介營運狀況



圖 6 晨光 1865 創意產業園區-展售店家

進入台商唯晶科技公司，辦公室之大讓人一驚，在寬闊的辦公空間中，約有近 300 人正埋頭工作，與台灣的動畫廠商為小型公司甚具差異性，且大多數員工的年齡約為 25 歲上下，該公司並製作台灣的宣導短片，其大陸員工亦可感受到台灣之美。



圖 7 晨光 1865 創意產業園區-清代槍砲製造工廠



圖 8 晨光 1865 創意產業園區-凡德藝術街區

該園區中，規劃一條藝術街區(凡德藝術街區)，經由南京市文化廣電新聞局紀先生的協助，本部參訪人員與該街區管理廠商俞前進總經理，有機會相互

溝通了解，如該街區與園區如何運作、經營理念等，俞總經理表示，今年十一月將來台參與本部所舉辦的文博會，且將參訪華山文創產業園區，本部參訪人員，亦表示可協助引薦，並探詢未來合作之可能性。

第三天參訪行程-南京雲錦國家文化產業示範基地、國家廣告產業園

1. 南京雲錦國家文化產業示範基地

雲錦是南京生產的提花絲織錦緞的總稱，以因圖案典雅優美、色彩炫麗莊重，宛如天上的雲霞而得名。南京雲錦已有近 700 年的皇家御用歷史，成為中國大陸的一項重要文化遺產。為了恢復並發展瀕臨消失的南京雲錦，1957 年，江蘇省政府批准成立南京雲錦研究所股份有限公司，成為中國大陸第一家工藝美術類研究所，也是中國唯一一家集研究、生產、展示、銷售於一體的雲錦專業機構，2012 年，中國大陸文化部將之命名為第五批國家文化產業示範基地。

我們在南京市文化廣電新聞局紀鵬飛先生及南京雲錦研究所股份有限公司所長助理任璇先生的帶領下，走入該公司所設立的「南京雲錦博物館」，一樓為展示區，展現南京雲錦文化歷史並介紹歷任傳承人，並設有展售大廳，販售相關產品；二樓則為雲錦製造展示館，包含古代絲綢歷史的說明、絲織品介紹、古代絲織文物精品（龍袍、王族衣飾…等）及織機的陳列，當場亦有工藝師操作織機，製作織布的情景；另外也在任先生的帶領下參觀雲錦傳承人-郭浚大師的工作室。



圖 9 南京雲錦國家文化產業示範基地



圖 10 雲錦園區內展售區

經由解說員的說明，我們瞭解到，擁有多年歷史的雲錦於解放初期，一度瀕臨消亡，當時僅剩下 4 台織機、3 位傳承人，該研究所成立的目的，即在於恢復此一純粹手工製作之文化遺產，並因應現代化的腳步，除了傳承外更進行創新，進行跨界發展，以進行產業之轉型。該研究所係一民營經構，故係以企業化經營方式進行各項工作，並參與多項政府之指定活動。2006 年底，獲中國大陸商務部評定為首批「中華老字號」稱號；2006 年 5 月，南京雲錦木機妝花手工織造技藝入選首批國家級非物質文化遺產；2008 年，其所設計生產的「吉祥牌」雲錦，獲「中國馳名商標」。2009 年，入選聯合國教科文組織「人類非物質文化遺產代表作名錄」，並成為中國大陸工業旅遊示範點，通過 ISO9001 國際品質管制體系認證和 ISO14001 環境管理體系認證。

南京雲錦國家文化產業示範基地係中國大陸傳統文化產業，藉由生產至銷售之產業鏈展售方式，向消費者宣導雲錦文化歷史，雖屬民營性質，但卻透過相關政府的共同宣傳計畫宣傳此一產業。



圖 11 2 位師傅仍於現場以古法操作織機

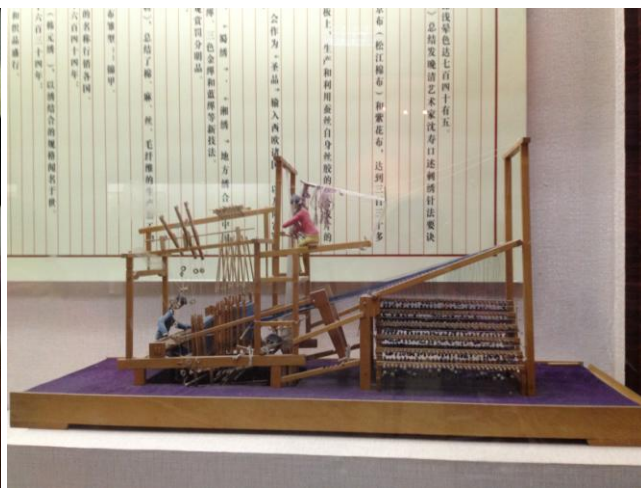


圖 12 雲錦織機模型

2. 南京廣告產業園

南京廣告產業園是中國大陸 9 個國家級廣告園區之一，位處南京市的新城科技園內，是經中國大陸工商總局批准的首批國家廣告產業園試點基地。該園區於 2003 年開始營運，規劃建設包含廣告總部區、廣告企業創業區、廣告企

業發展區、廣告媒體區、公共服務區及廣告主題公園等「五區一園」之整體產業園，並預計於 2015 年完工。惟目前附近正進行地下鐵興建，交通尚不甚便利。

整體計畫規劃約 80 萬平方米，提供城市設計、工業設計、動漫、傳媒、環境藝術、廣告設計等文化創意產業之企業，以租賃或購置方式進駐，重點在打造廣告創意設計、廣告製作、廣告傳媒等企業集聚之產業鏈，以推動廣告企業與二、三產業的跨業發展，目標在構築一流的廣告內容，著力吸引和培育一批較強競爭力的創意產業及龍頭企業。

該園區已建構完成約 10 萬平方米的廣告產業先導區，並已陸續與相關的廣告企業進行溝通和洽談，故當日透過南京市政府安排，參訪已進駐之兩家廠商，包含經營電子商務的新力傳媒及以戶外廣告起家，進而發展大眾傳媒、金融服務等跨領域業務項目之大賀集團。透過該二公司的說明除瞭解其營運方向及目標，也發現兩家公司進駐至此園區的目的，為透過產業園之資源，來擴展公司之營運及發展。

參訪此兩家公司後，我們進而參觀該產業先導區的展示廳，進一步瞭解此產業園之發展模式。其以國家設定計畫目標後提供土地方式，委由民間企業開發及執行營運、招租事宜，設立宗旨則在於成為中國大陸長江三角創新創意中心、華東地區廣告資源交流中心、南京都市圈廣告企業集聚中心及廣告人才培訓中心。



圖 13 南京廣告產業園



圖 14 南京廣告產業園全區模型

第四天參訪行程-智谷文創園區、揚州工藝美術博物館

1. 江蘇(揚州)智谷文化創意園區

「智谷文化創意園區」(中國大陸稱為「揚州智谷文化產業園」)係國家級文化創意產業示範基地，也是目前揚州5大文化創意產業示範基地之一，據揚州市政府官員表示，除智谷文化創意園區之外，揚州目前另有3個省級與24個市級文化創意產業園區。2013年，中國大陸「蘇政辦」(江蘇省政府辦公廳)發布政策指導文件：「省政府辦公廳關於進一步加強文化產業園區(基地)建設的意見」中，整合開發「特色文化園區」被列為重點任務，「智谷文化創意園區」與無錫吳文化主題公園、常州環球動漫嬉戲谷，被點名列為重點任務對象(江蘇省人民政府辦公廳文件，2013)。

該園區自2009年起建設並招商，同時，輔以前幾年免租稅之優惠條件，至今已頗具成效，已吸引73家大型企業進駐，進駐率達六成，其中包括全球知名的B2B電子商務品牌阿里巴巴(揚州服務中心)、中國最大電子商務支付平台支付寶(揚州服務協作提供商)、笛莎公主文化傳播有限公司(江蘇笛莎公主創意產業有限公司)等。園區現依產業屬性區分為動漫、影視、電子商務等區域。揚州市政府並協助本團安排參觀其中一家標竿企業—「江蘇笛莎公主創意產業有限公司」之電子商務部門辦公處所。

江蘇笛莎公主創意產業有限公司係「笛莎文化傳播有限公司」進駐於江蘇智谷文化創意園區之分公司，包括銷售中心、設計中心等部門。母公司「笛莎文化傳播有限公司」主要製造、生產並行銷女童服飾與玩具商品，其特色在於結合動畫設計與實體商品，並透過中國大陸淘寶、微博、QQ等網路行銷擴大經營規模。

「笛莎文化傳播有限公司」主要客戶係3至12歲孩童，英文品牌名稱為Deesha，源自創始人李定(Andy Lee)女兒的英文名字，而中文名稱「笛莎」則來自於英文的Design，意為「設計、製造」，目前是中國女童服飾配件第一

品牌。該公司的設計以「每個女孩在父母的心目中都是最最美麗的小公主」為訴求，把「父母對女兒宛如公主般濃濃的疼愛與呵護」化為設計靈感，從動畫角色出發，打造女童玩具、衣服、鞋帽等各款商品。



圖 15 揚州文化創意產業園



圖 16 笛莎傳播公司

揚州工藝美術博物館

揚州市歷經春秋時期吳王夫差開邗溝、筑邗城起，發展至今已有 2500 年歷史，其深厚的文化底蘊和內涵，促使揚州成為中國國務院首批公布的歷史文化名城之一，揚州市的發展也成為重要政策方向，官方並以「打造文化揚州」為其發展路線定調。前江蘇省揚州市委書記李建業表示：「我們認為文化本身是一種資源，是一種品牌，……。打造文化揚州，可以充分挖掘揚州文化資源的潛在價值，展示揚州城市的個性。打造文化揚州還可以提升、發揮揚州的文化資源優勢，把文化滲透到經濟之中，形成城市的個性和競爭力。」(李建業，2006)

在此政策框架下，揚州計有 15 種傳統工藝被列入中國大陸國家級、省級、市級首批非物質文化遺產保護名錄(揚州晚報，2010)，其中漆器、玉器、刺繡、剪紙等傳統工藝被稱為「揚州傳統工藝四大件」，本團參訪之「揚州工藝美術館」是揚州傳統工藝之代表性展示空間。

有別於一般工藝展演推廣空間，「揚州工藝美術館」的特色是開闢「大師工作室」，此處共有 10 間「大師工作室」，除了提供工藝師創作與教學（育成人才）的場地之外，也因為這些工作室的對外隔間皆係透明玻璃，也作為工藝的表演展示空間，展出的工藝種類包括漆器、玉器、剪紙、刺繡、通草花等。館方與工藝大師之間，則是館方給付固定薪資酬勞予工藝大師的方式，維持近似民間企業雇主與員工的關係，並要求工藝大師需帶領學徒以為傳承。



圖 17 揚州工藝美術博物館大師工作室區



圖 18 剪紙大師張慕莉（右）與徒弟（左）。

此次拜會之「工藝大師」簡介如下：

- (1) 剪紙工藝大師張慕莉：中國大陸著名剪紙藝術大師張永壽的女兒，也是揚州市第四屆、第五屆政協委員，第六屆政協常委。曾受邀在日本、法國與臺灣表演，並獲得東方剪紙藝術大賽、中國工藝美術大師精品獎。



圖 19 通草花工藝大師戴春富



圖 20 剪紙大師張慕莉

- (2) 通草花工藝大師戴春富：1958年起，進入揚州製花廠從事通草花製作，已有50多年的製作經驗，曾與師傅錢宏才共同為中國人民大會堂、中南海紫光閣創作盆景擺飾，作品亦曾在法國展出，曾獲中國工藝美術大師作品暨國際藝術精品博覽會銀獎。
- (3) 刺繡工藝大師吳曉平：習藝逾30年，擅長揚州水墨寫意繡與仿古山水繡。本身除了是工藝大師，也是揚州民間文藝家協會理事。曾獲中國工藝美術大師作品暨工藝美術精品博覽會金獎。

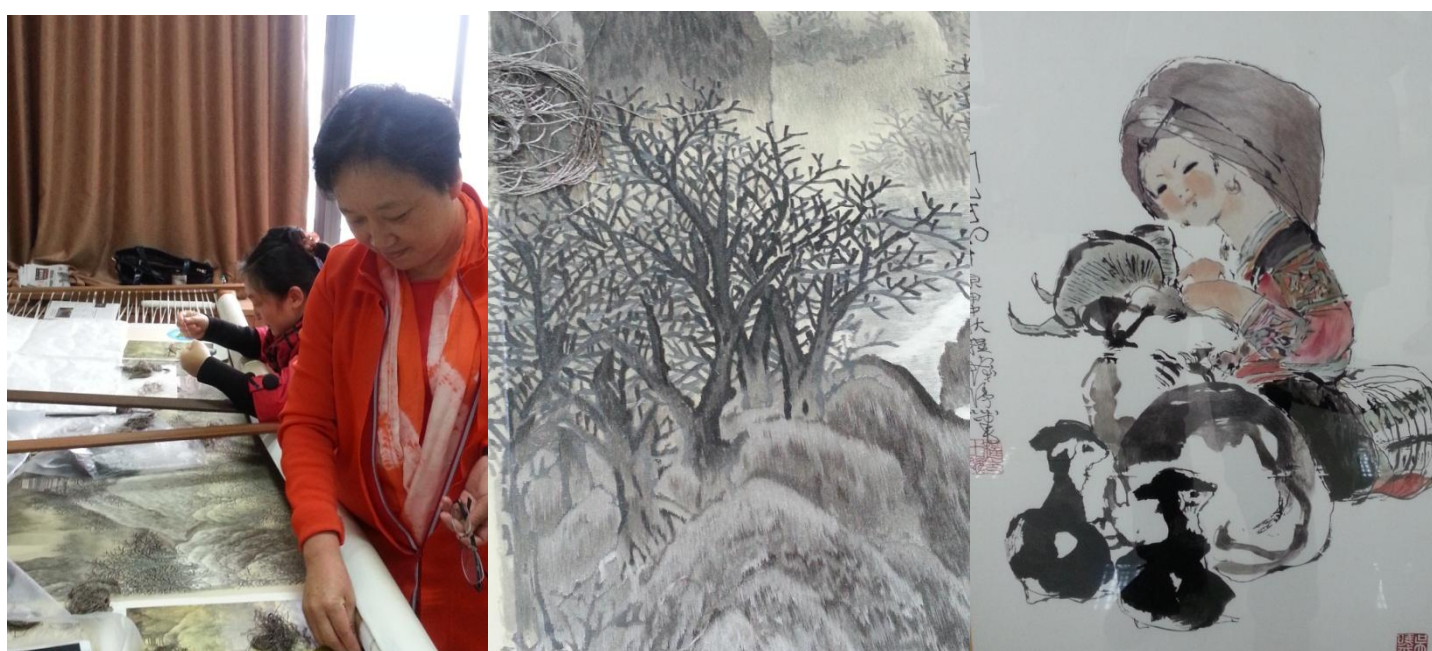


圖 21 刺繡工藝大師吳曉平（左）與正在進行中的作品（中）、已完成的作品（右）

參觀完大師工作室之後，隨即參觀「揚州工藝美術館」收藏作品展區，「揚州工藝美術館」館於2010年擴建完成，面積約538坪（1780平方公尺），共分為漆器、玉器、刺繡、剪紙及其他民間工藝精品等5個展區，共展出200餘件工藝大師作品，部分展出作品來自於駐在該館「大師工作室」的工藝大師。此外值得一提的是，此博物館並非對一般民眾開放之公眾博物館，參觀者必須預約才能入館參觀。



圖 22 杭州工藝美術館外觀



圖 23 杭州工藝美術館

第五天參訪行程-老門東街區

老門東歷史文化街區位於南京市秦淮區老城南地區，東接轉龍巷，南臨明城牆，西起上江考棚，北連剪子巷，以箍桶巷為中軸線，於外秦淮河北側，明城牆以內，佔地面積 15 萬平方公尺，地上建築面積約 13 萬平方公尺，102 年 9 月 28 日首期示範街區開始營業。



圖 24 老門東街區



圖 25 老門東街區全區圖

中華門古城堡、夫子廟、白鷺洲公園、大報恩寺等歷史文化遺址皆位於老城南，南京文化發源於老城南。老城南被譽為「南京之根」，以中華門為核心，以明城牆為輪廓、十里秦淮為紐帶，組起門東、門南兩大片區域，自古即為南京經濟、文化最繁華鼎盛之所在。而老門東是南京老城南地區的古地名，位於

南京夫子廟箍桶巷南側附近，現今按照傳統樣式復建傳統中式木質建築、馬頭牆，集中展示傳統文化，再現老城南原貌，街區內分為「藝術市集、3D 燈光秀、酒店、客棧、精品零售、特色酒吧、精緻美食、文化會所、演藝場館、休閒茶飲及一院兩館」等複合式場館，係為一綜合觀光街區。

園區內秦淮民居群(三條營古建築)，為晚清南京著名富商蔣壽山的舊居，係屬省級文化古蹟，建於清光緒4年，二路七進，青磚黑瓦，綿延百里，民間俗稱九十九間半，展示「明清傳統民居」風貌，現為展覽館，採用「鑲嵌式」的設計手法植入新建築，目前僅修復一進，並開放作展覽使用。歷史街巷主要包括三條營、中營、邊營、上江考棚、雙塘園和箍桶巷，街區內現存有較多的其他構築物與古樹，共計石刻4處、古井11口、古樹及大樹28棵，同時，雲錦、扎花燈等非物質文化遺產豐富。



圖 26 老門東仿舊街景



圖 27 老門東街區以古法修復

該街區保護規劃定位兼顧博覽展示、文化旅遊、休閒娛樂、服務配套等功能的明清傳統民居類的歷史文化街區，並引進說書之行業，以及茶行，重現南京的老時光。

參、參訪心得

一、參訪地相關政策分析

(一) 規劃面

1. 成立基金為文創政策之一

江蘇省自 2009 年將文化創意產業列為發展重點，推出「一攬子」文化體制改革方案與配套政策，包括：設立人民幣 20 億元的文化產業投資初始基金、制定文化改革發展的「時間表」、「路線圖」和「任務書」，成立文化市場綜合執法機構等(人民日報，2009)。其中，規模約合新臺幣 100 億元(人民幣 20 億元以匯率 1:5 概估)之「文化產業投資基金」，係採股權投資和項目投資方式，重點投資演藝娛樂、動漫遊戲、影視製作和發行放映、出版發行、文化會展、網絡信息(網際網路)傳媒等文化創意產業領域。

與資金投入搭配之「文化產業園區」硬體建設也在同年度迅速展開，包括：南京江蘇未來影視文化產業園、丹陽江蘇科技文化產業園、淮安清河文化產業園，昆山(周莊)文化創意產業園等。

2. 各項優惠措施作為配套

南京目前對於文創園區的政策(南京市發展文化產業十二五文化發展規劃，2011)是優惠政策、土地支持政策、財政配套政策。「制定優惠政策」，優化發展環境，對於進駐南京的文化企業及其配套企業，除了享受優惠政策以外，根據公司本身性質和營利情形進行適當的稅收減免等扶持政策，對於物流與商業服務等生產性服務業和準公共服務業給予稅收的優惠政策。「土地支持政策」，推動文化企業進入創意園區，實行集聚化發展，閒置空間優先用於文化企業配套招商，提高土地資源產出效益，帶動經濟結構優化，對土地開發涉及的土地增值稅、土地交易費用等稅費爭取支持政策，適當減免土地稅金。「財政配套政策」，採取積極的財政政策扶持中小文化企業的發展，撥付一定數量資金，幫助經營性文化企業減少改制成本，對市場前景好、品牌效益和社會效益高的文化產品的生產與經營給予財政補貼。對於重大文化設施、重大文化產業項目實行地方配套資金補貼和項目前期經費補助。

3. 保障文化發展經費最低比例

「保障文化發展經費」是指文化建設增長比例不低於當年財政預算增長幅度的 1.5%，對重大的文化保護項目投入專項資金，加強對基層公共文化設施的扶持，對新建基層文化設施，省、市、區給予補貼資金。「拓寬融資渠道」逐步建立和完善文化產業發展投融資體系，促進金融部門對文化企業及其配套企業的信貸支持。鼓勵符合條件的企業進入資本市場融資，通過股票上市、企業債券、資產重組、股權置換等方式籌措資金。鼓勵上市公司以資產重組或增發新股等方式進入文化產業；擴大文化產業利用外資規模，積極探索利用外資新方式，鼓勵跨國公司參與國有文化企業的改造重組。

(二)執行面

1. 多以歷史或閒置空間發展不同定位文化園區

本次參訪之文化創意產業園區係創意中央產業園區、晨光 1865 創意產業園、南京雲錦國家文化產業示範基地、國家廣告產業園、智谷文創園區、揚州工藝美術博物館及老門東歷史街區，其中「創意中央產業園區、晨光 1865 創意產業園、老門東歷史街區」皆是由古蹟及歷史建物改建作文化創意產業使用，而南京雲錦國家文化產業示範基地係為傳統文化產業，藉由生產至銷售之產業鏈展售方式向民眾宣導清代傳統的帝王穿著之編織服飾。

創意中央科技文化園區依不同屬性分為文化創意區、科技研發區、產業配套區及商業配套區等 4 大區塊，且文化企業占 68 家，建物均已完成修繕作業，園區整體景觀配置佳，相當值得肯定。由政府引入民營企業營運，整修經費由營運單位出資，並有 15 年的使用權利，營運單位每年需提供政府 1,000 萬人民幣租金，政府限制進駐單位需有 60% 的文創業進駐，其餘皆由營運單位執行；營運單位並提供相關企業助長活動，不僅提供了場地給予民間企業進駐，更具有孵化及教育企業成長的功能，充分發揮園區進駐最大功效。

晨光 1865 創意產業園—園區內建築風格因建築年代不同別有一番特色，惟很多棟房舍都尚未開放使用，且業者進駐比率較創意中央科技文化園低，雖占有先天條件，但規劃上仍需加強。由晨光集團及秦淮區政府共同經營，園區

的運作尚未成熟，但其園區內之清朝建築使用時，需先經過古蹟審核程序後，始得進場修繕及進駐；而園區內凡德藝術街區經營單位的遠見，相當值得肯定。

國家廣告產業園及智谷文創園區皆為新興的文創園區，其產業分別以廣告及服裝設計為主，預計將來引進科技等產業充實產業內容。其實中國大陸的文創園區進駐廠商以多媒體為主，比較偏像台灣的科學園區。

智谷園區之管理，是由揚州市邗江區政府與邗江區政府招商局下設之服務業發展局等單位共同建立園區經營管理發展平台「揚州智谷投資有限公司」共同派員進駐，派駐人員皆為政府公務員，負責園區之日常營運與發展，建置各項配套，同時也扮演企業與政府的溝通橋樑，特別是進駐企業與中國大陸文化創意產業之更上層管理單位—國家發展改革委員會（簡稱改革委）之間的溝通管道，提供政策優惠。至於進駐企業之營運，管理平台並不干涉。該園區自2009年起建設並招商進駐，同時輔以前幾年免租稅之優惠條件，至今已頗具成效，已吸引73家大型企業進駐，進駐率達六成，其中包括全球知名的B2B（企業對企業）電子商務品牌阿里巴巴（揚州服務中心）、中國最大電子商務支付平台支付寶（揚州服務協作提供商）、笛莎公主文化傳播有限公司（江蘇笛莎公主創意產業有限公司）等。園區現依產業屬性區分動漫、影視、電子商務等區域。

2. 電子商務興起

本團參訪時發現牆上掛著「距離11.11還有11天」海報，經詢問得知，11月11日在中國大陸稱為「雙十一」，又稱「光棍節」，是電子商務界一年一度最大的促銷檔期。近年由於中國大陸經濟發展，人民消費能力提升，加上網路購物興起，各網路購物業者為爭取業績亦紛紛加入折扣戰促銷，如今「雙十一」已成為網路購物大戰的戰場。

「雙十一」源起於2009年，由中國大陸知名購物網站淘寶商城推出，由

於首次推出即引起話題，隔年淘寶商城再以「全場五折」的折扣促銷手法，創下單日人民幣 10 億元的銷售紀錄；自此之後天貓、京東、當當、亞馬遜等中國大陸 13 家電子商務平台亦先後推出全場五折優惠，「雙十一」演變成為電子商務大戰，據統計，去（2012）年「雙十一」檔期，中國最大電子商務支付平台「支付寶」支付額創下成交量 191 億元的驚人紀錄，今（2013）年再創全球網路購物單日銷售紀錄，成交額近人民幣 350 億元（約新台幣 1750 億元），年增逾 60%（聯合新聞網，2013）。

3. 政府補助帶動師徒制

「揚州工藝美術館」的 10 間「大師工作室」除提供工藝師創作與教學，也作為工藝的表演展示空間，展出的工藝種類包括漆器、玉器、剪紙、刺繡、通草花等，係由政府經營。館方給付固定薪資酬勞予工藝大師，每招收一學徒，就增加部分獎金給工藝大師，以獎金方式鼓勵工藝大師招收學徒，可將這些獨特的技藝保存且留傳，經訪問工藝大師表示，這些技藝都是祖傳的手藝，但是現在已經沒有年輕人想學，因為耗時費事，而揚州工藝美術館提供了一個平台保留這些傳統技藝以及傳承。

4. 研發傳承雲錦技術但未量產

南京雲錦國家文化產業示範基地其實是全由民間經營，而政府處於輔導的角色，並沒有特別給予資金或租稅的幫助，其以傳承南京雲錦此一傳統工藝為主要宗旨，搭以現代化的公司營運模式來進行舊文化的傳承及推廣。於參訪時會發現，相關之技藝是以其工藝的特性來進行全面的分工，少有人才是完全能從頭到尾完成雲錦的製作，例如從繪圖、染布、分線、操作機器…等，皆係由不同的工藝師進行，究其原因係在企業營運模式下開始注重智慧財產，以此方式一方面兼顧傳統技藝保存，另一方面亦避免智慧財產外洩之因應之道。

國家廣告產業園，則是以提供城市設計、工業設計、動漫、傳媒、環境藝術、廣告設計等文化創意產業之企業以租賃或購置方式進駐，由國家提供土地，委由企業進行規劃及招租營運，重點在打造廣告創意設計、廣告製作、廣告傳

媒等產業鏈企業集聚，以推動廣告企業與二、三產業的融合發展，藉以塑造整體品牌，故其著力於吸引和培育一批較強競爭力的創意產業及龍頭企業，以促進產業的高端集聚發展。就其執行，原則上係為我國科學園區之概念，以群聚的概念設置滿足廣告人才的空間佈局，同時配套展示交易、資訊發佈、教育培訓、技術支撐、生活服務、休閒娛樂等功能，形成一個完整的、具有生存和拓展能力的園區。但其目前尚處於初階招商階段，且整體園區亦尚未建置完全，但以其現階段的規劃及願景若能持續完成，未來應能讓南京廣告產業產生豐厚的產值。

(三)效益面-園區內容多元有待區隔

綜觀本次參訪的文化創意產業園區，其實人文的氣氛並不濃厚，大陸文化產業的問題，如香港學者徐中孟所言，包括技術和人才的匱乏、東西部的文化產業發展失衡等等。徐中孟指出：大陸政經體制改革落後，導致文化產品的生產和供給能力低於民眾的文化消費需求。中國大陸的產業園區並未引入文化活動，產業多為科技及軟體之多媒體產業，產值的部分因包含科技軟體類，因此較本部五大園區之產值高(楊渡，2009)。與其說是文化創意產業園區，其實比較類似於台灣的科技園區，並沒有統合的廠商串連園區內各廠商，辦理文化交流活動，在園區內經營的廠商各做各的，各自招攬各自的生意，較缺乏統合性的活動，以及缺乏聚集效應。文化創意產業之所以能在台灣的五大園區施行，讓民眾認識，其實有很大的原因是文創活動，而南京的園區卻缺乏辦理相關活動的廠商，甚至是願意參與的民眾，導致產業園區少了人文氣息。惟本次參訪行程，深刻感受到中國大陸在文化創意產業政策推動之企圖心，透過其土地、人力及各項資源優勢，以打造良好硬體環境及先進之設備為基礎，創造經濟產值。

二、與我國相關政策之比較分析

(一)兩岸政策不同導致結果不同

國內文創產業之政策，可見於「文化創意產業發展法」其相關法規中，亦有關稅法或其他法律規定減免稅捐之相關規定配套措施。與中國大陸不同的是，國內是採用促參法，而中國大陸是採用黨政的力量成立民間公司經營文創園區，或是引入民間公司以降低稅賦的方式扶持民間文創產業，經與南京地區的文化廣電新聞局人員洽詢，在當地，文化創意產業的政府預算相對於其他局處是最低的，推動也較不容易，這幾年中國的經濟發展起飛，但是相對的人文素質仍未提升，人文素養跟不上經濟起飛的腳步，相對於台灣的人文素質而言，民眾自小接觸文化展演活動，也願意掏錢購票，參與文化展演及文化創意產業之相關活動，甚至是演唱會及影視活動等，這是台灣的優勢。

(二) 中國大陸園區具有深遠歷史底蘊

其次是中國大陸的硬體設備，古蹟及歷史建物都具有相當的文化底蘊，並以明清時代的古建築為主，部分建築改制為博物館，進入古建物內參觀時，除可感受其時代背景及故事性，並可體驗古代生活，這部分硬體在台灣較為欠缺，在古蹟及歷史建物內辦理傳統技藝的展示，別有一番風味；而本部的五大園區係以酒廠改建再利用，偏向於閒置空間再利用，雖也屬古蹟及歷史建物，但較欠缺故事性及時代背景的歷史感，此部分國內各園區可以再補強。

而揚州工藝美術館的培育人才及保留傳統手工藝的方式，相當值得我們借鏡，如果台灣也能參考大陸的方式，培育下一代傳統手工藝人才及傳承，相信可以將文創事業發展得更好。

肆、建議事項

一、立即可行建議

(一) 因地制宜-發展各園區特色

大陸的造鎮計畫，跟台灣的文創園區是不同的，可以單純的靠一個產業(例

如：廣告、多媒體產業)生存，訂定發展方向，因為中國大陸市場很大，而台灣的市場雖然不如大陸，但是台灣人很有生意頭腦，到大陸發展的台商也不在少數，台灣人獨特的人情味、地方及人文特色，是很多觀光客難以忘懷的，可以藉由台灣的這種特質發展獨特的文化創意產業，例如華山的複合式經營有其獨特的美，也應教育民眾不要因為大陸的園區看起來好，就一昧的希望政府盲從，雖然，文創園區很多，但是各地的文化產生的氛圍及活動，都是獨一無二的，文化創意不應該隨著全球化而變成相同的東西，建議各個園區都能發展自己獨特的魅力，創造經濟奇蹟，建議短期內與台商、駐外代表結合向大陸及世界各地推廣台灣文化創意。

(二)積極扶植文化創意產業

文創產業的培育並不容易，文創產業中的微型產業，一直以來都是受文化部及其他政府單位所補助的單位，要期待這些剛萌芽的產業立刻有產業效應，其實相當不容易，另外，針對文創園區的比較，其實台灣的園區採用的是促參的方式委外，每年不但政府不需要編列預算，而廠商還需要繳交土地租金及權利金給政府，就公部門節省公帑的想法，為國庫帶來了不少收益，相對於每年需要編列預算的大陸文創園區而言，節省了公帑，而又有做出文創的效果，其實是政府跟民間的雙贏。目前的台灣文創園區透過辦理活動，在民眾的心理有「表演基地」的產生，雖然需要附屬設施維持財務的平衡，但是在民間可以自給自足的狀態下，仍有文化的表演及氛圍，是相當難得的，且複合式的經營，兼容並蓄，但富有原創性，偶爾的晚上，在華山裡，會看到成群的踢踏舞者練舞，也會看到很多 cosplay 的朋友，扮演著不同的角色在華山穿梭，這不就是文化創意嗎？

短期可以以欣賞藝文表演方式激發民眾多文化的不同想像，長期可以深耕的教育方式，培育下一代的文化創意品味，進而發展為產業，亦可請學校及國內各園區提供手作課程，讓學校學生可以親身參與，並了解傳統技藝的好。

二、中長期建議

(一)文化創意產業產值化

綜觀國內各文創產業及各縣市文創園區之經營現況，我國文創產業普遍有國際化不足、產值較低落之弱點，整體而言，文創產業要達到永續發展的願景，其落實的途徑之一在於創造廣大的市場，以獲取高額產值，支撐文創產業上、中、下游從業人才進行創意開發及通路之擴展，但臺灣市場規模較小，文創產業產值有限，若可以台灣為基礎點作為文化創意產業之平台，向大陸進軍推廣，相信台灣人的創意足以放眼全世界，未來建議有系統的培育文創產業國際化人才，以提高國際化程度，擴展國際市場，提升文創產業產值。

建議與其他世界各園區舉辦合作活動，發展台灣的文化創意，並重新融合中華文化及原住民文化，發展兩個面向的文化創意產業，鼓勵創作者參與比賽，提高台灣文化創意產業在世界的能見度。

(二)促進兩岸園區相互交流

建議政府與民間基金會合作，文化部與教育部合作發展文化創意產業，自小學開始激發孩童的創意，並請各級學校多安排文化課程，例如，參觀故宮博物院、聆聽演唱會或是欣賞劇場表演，培養文化品味及創意，以多元化的文化內容激發國人的創意。

中國大陸各文化園區之大，雖非台灣可比較，但其定位與內容之豐富性，似仍處於草創階段，但因其產業規模大，產值也大，就產業化而言，兩岸園區可相互交流，建立合作基礎，同時，藉由兩岸園區平台，亦可搭建舉辦活動的橋樑。而由於中國大陸文化園區眾多，屬性亦不同，未來，應選擇重點產業與園區進行合作或參訪，長期耕耘方能見效。

伍、參考資料

江蘇省人民政府辦公廳文件(2013)，〈江蘇省關於進一步加強文化產業園區（基地）建設的意見〉，江蘇，江蘇省人民政府辦公廳。

https://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fbig5.ce.cn%2Fgate%2Fbig5%2Fdistrict.ce.cn%2Fzt%2Fzlk%2Fwj%2F201305%2F17%2Ft20130517_24392689.shtml&ei=6I6AUonk04eVKAwkiICoBQ&usg=AFQjCNFnYVzQ8dQefcHQzUGPpRI1HPNOYg&sig2=a6aGptK-mL0oRzx4_uW9YA&bvm=bv.56146854,d.dGI

全國人大代表、江蘇省揚州市委書記李建業專訪(2006.9.30)，人民網視頻訪談，網址：
<http://leaders.people.com.cn/BIG5/70158/71484/71486/4881485.html>

揚州晚報(2010.9.3)，〈揚州“工藝坊”20日試營業〉，轉引自網址：

<http://big5.huaxia.com/gate/big5/www.hxjw.cn/news/Article/szyl/ysbl/yszx/201009/87164.html>

人民日報(2009.12.28)，〈江蘇速提-“一攬子”文化改革〉參閱網址：

http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/jjckb.xinhuanet.com/wzpd/2009-12/28/content_199724.htm

南京市發展文化產業十二五文化發展規劃(2012)，中國新聞網

楊渡(2009)，建構兩岸文化創意產業新平台，財團法人國家政策研究基金會，

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