

國立臺灣大學社會科學院政治學系  
政府與公共事務碩士在職專班  
碩士論文研究計畫

指導教授：蕭全政 博士

臺灣文化創意產業之政經分析  
(口試本)

學生姓名：楊 青 青  
學 號：P95322013

中華民國 103 年 5 月

# 目 錄

壹、研究緣起與問題意識.....	1
貳、文獻探討.....	8
參、分析架構.....	12
肆、章節安排.....	14
參考文獻.....	16
附錄 文化創意產業發展法 .....	21

# 壹、研究緣起與問題意識

## 一、研究緣起

### 一個文化事件的觀察

2012年5月10日，在丹麥首都哥本哈根舉行的第59屆「歐洲歌唱大賽」中，25歲的奧地利男歌手托馬斯·萊維斯以「變裝皇后」的驚艷造型登場，在一曲高亢細膩的《Rise Like a Phoenix》歌聲中，以絕對優勢風光奪冠，也為奧地利贏得49年來首次冠軍。他精心設計的個人風格與強烈營造的視覺衝擊<sup>1</sup>，成為本屆大賽中最受關注和爭議的焦點。

比賽舞臺雖已落下帷幕，餘音卻仍繞樑不已。據報導，全球約有1.8億觀眾收看了這場音樂盛典，當晚，社交網絡因而沸騰。在媒體爭相報導下，興起了一股追逐肯奇塔·沃斯特（萊維斯的藝名）的風潮，他正如鳳凰升起。

萊維斯，以其主修時尚設計的專業審美觀為創意基礎，打下前衛而獨特的造型，並營造別具一格的舞台魅力。然而，做為一個被結構化的歌手，因緣際會於此時空背景中<sup>2</sup>，在國家機關的動員下<sup>3</sup>，展示歌者的創意自我並宣示自由人本的哲學觀<sup>4</sup>，這正是行動者互為建構的結果。

許多大型的國際活動或區域競賽，經常隱含著參與國家的政治企圖與經濟目的，對主辦國家而言，此現象更為彰顯。一年一度的歐洲歌唱大賽開始於1956年，參賽國派一個歌手或樂團演出，冠軍代表的國家自動成為下屆決賽的東道主。

---

<sup>1</sup>決賽中，長髮飄飄，塗口紅、戴著濃濃的假睫毛和大大的耳環，身著白底金色花紋緊身禮服，踩著高跟鞋登臺，嫵媚不已。在鮮明女性化的身體設計下，他刻意保留了滿臉絡腮鬚鬚的男性本質。

<sup>2</sup>在文化創意蔚為全球化風潮的當代，此一文化事件發生於「創意之都」哥本哈根，有其特定的時空與人文背景。丹麥有著豐富的文化和知識遺產，在藝術上成就頗高，除知名童話作家安徒生外，在文學、音樂、電影等領域也有許多國際知名的創作者。政府致力發展文化產業，是各國競相學習的指標，文建會於推動台灣文化創意產業之初，亦曾前往取經。

<sup>3</sup>根據報導，奧地利國家廣播機構 ORF 特意為他修改選拔辦法，讓他得以代表奧地利參加 2014 年歐洲歌唱大賽。

<sup>4</sup>萊維斯在上臺領獎時，眼含淚水激動地說：「我終於夢想成真，今晚獻給相信未來有和平和自由的每一個人。你們清楚自己是誰，我們同心同德，團結一致，勢不可擋。」

奧地利一向以古典音樂國度聞名於世，產生過許多著名的作曲家。從參與本屆「歐洲歌唱大賽」的運籌帷幄中，隱含爭奪流行音樂產業利益的經濟盤算，以及藉由音樂產業提升「國家品牌」的政治操作<sup>5</sup>。

萊維斯特立獨行的裝扮引起去年立法禁止宣傳同性戀的俄羅斯以及部分東歐國家抵制，這些國家要求「歐洲歌唱大賽」禁止萊維斯參賽。不過這些爭議反倒成就了萊維斯。據報導，萊維斯竟是俄羅斯觀眾第三支持的歌手。

解構本屆「歐洲歌唱大賽」饒富興味。看全球化下的文化創意如何風行，看社會菁英如何動員向世人展現主流社會文化價值，看歐洲政治社會如何藉此向俄羅斯破壞區域秩序的惡勢力噓聲。而靜觀其內在意涵，則文化創意產業全球化、民主化、科技化的特性，表露無遺。

若反觀此時的臺灣，流行音樂向來在華語樂壇占有龍頭地位，隨著大陸市場崛起，兩岸形勢易位，華語樂壇龍頭地位早已鬆動，連臺灣引以為傲的文化創意產業也充滿危機，面臨中國化的挑戰。

### 當下臺灣時事的剪影

將媒體鏡頭拉到 2014 年 5 月的臺灣，在馬英九總統第二任第三年的伊始，也是文化部成立二週年之際，臺灣社會的政經環境與人文風貌，又該如何呈現？

在國際政經上，面對中美俄關係發展而形成的新冷戰局勢；在內部政經上，面臨公民運動興起的挑戰。而眾所期待的馬總統就職演說，似乎困於三月以來的學運效應，並未展示出對臺灣發展的因應策略。龍應台部長則借助媒體分享政策成果，也暢談未來展望與困境。對內面對服貿問題引起的出版業爭議，對外則面對兩岸官方文化交流的限制。台灣面對兩岸競合的挑戰，正在深思自己的利益所

---

<sup>5</sup>相關研究指出，文化創意產業所帶來的龐大經濟現象，與概念層面所創造出的鉅觀「國家形象」意義，對國家「競爭力」具有極大影響力。其中又以「音樂產業」對「國家品牌」的提升幫助最大。〈陳姝吟，2005〉

在，尋找最佳定位。文化創意產業的發展亦是如此。在國藝會推動下的「兩岸文創產業合作論壇」，正以此思維努力突破發展困局。

此際，媒體更為關注的文化事件則是故宮文物赴日展出，此行預定於 2014 年 6 月由總統夫人周美青率團前往。面對中國和平崛起的對岸經濟發展與文化正統的競爭下，此次展出從策展起即引起各方討論。

## 二、問題意識

時間倒回 2002 年 5 月的臺灣，在眾聲喧嘩中，「文化創意產業」鬧熱登場。十二年來風起雲湧，「文化創意產業」躍為顯學，「文創」亦成為爭相探討的熱門話題。

此時，回顧沈默的歷史，著手除卻風裡雲裡的意象描述，反身探照波湧的時光長河深處，捕捉幽微顯現的台灣人文面貌，及穿梭交織在台灣社會筋脈的生活系絡。政治的遞移、經濟的發展、社會的遷演、文化的綿延，盡蘊其中。

過往是無窮盡的複雜，它由各種或大或小、無法估算的事件組成。歷史學家塑造過去的一個方式，就是區分成若干時期，如果每個時期能被一個略述其精神的詞彙冠上名號，就能強化印象且易於領會。

回顧臺灣文化創意產業的發展簡史：2002 年文化創意產業列入國家發展 10 項核心計畫；2009 年，名列政府 6 大新興產業之一，被賦予帶動我國未來經濟發展的重任；2010 年《文化創意產業發展法》的通過施行，更使文創產業從行政院의 行動方案納入國家重要政策立法層次。2012 文化部成立，臺灣的文化事權首度整合。檢視其內含與特質，試以歷史脈絡延續中的斷代，區分為醞釀時期、開展時期以及轉型時期三個時期。

臺灣文化創意產業的發展，在醞釀、開展以及轉型三個時期，均反映出各時期所隱含的特定偏差(bias) 以及偏差動員(mobilization bias)。此處所謂的偏差，意

即在現行特定的時空背景一個特定利益關係的分配狀態；因應政經脈絡的變遷，而隨著人、時在變化（蕭全政，1997：11）。而偏差動員，即每一個理性行為者，為了追求本身的最大利益，都會因應不同的政經變遷，利用各種可能形塑特定政策、法規或組織、制度等行為，以體現對其有利的特定利害得失關係模式，而透過行動或動員以形塑某種特定偏差(蕭全政，1997:5-7)。

文化創意產業醞釀時期，始自 1981 年文建會成立時。

在 1980 年代，正是臺灣政經社文發展的關鍵年代，在各方面產生結構性的變化。在國際上，中共政權取得外交的優勢，臺灣在尋求國際突破上屢遭挫折，創造新的國際角色已成爲不得不然的抉擇；中期以後，在政治上，隨著解嚴，黨禁及報禁的開放，政治民主化與多元化，給予臺灣文化發展較大的空間；在經濟上，經濟環境的改善與經濟自由化、國際化，給予臺灣文化發展較多的資源；尤其 1987 年解除戒嚴之後，社會力大量釋放，種種抗爭出現、本土化運動與自主風潮的興起，以及國會全面改選和民選總統的實現，臺灣整體環境產生了結構轉型，政治的民主與開放促使政府不得不正視文化建設的推動。

因此在戒嚴後期成立的文建會，引進現代主義的風潮，雖然是以服務藝術專業工作者，以及具備藝術鑑賞能力，掌握特定藝術資本的社會菁英階層；在此同時，漸漸可以觀察到文化社會力的興起，民間鄉土文學論戰的影響，以及本土意識的萌芽。

1993 年文建會與各縣市政府開始辦理「全國文藝季」，即是文化產業化的重要政策之一。「全國文藝季」的誕生與當時國家政策有關，80 及 90 年代初期台灣急速的經濟發展，造成社會結構與社會倫理的崩解，文建會身負重任匡正社會風氣，因此展開以重建社區共同意識的在地作爲。

1994 年立即推行「社區總體營造」社會活化計畫，並與各地方政府合作辦理各區域「文藝季」(文建會)。初期社區總體營造與文藝季主要以振興社會倫理、

社區意識為首要工作，然而，實際效益卻大於預期，尤其是地方政府由被動轉為主動角色。

「社區總體營造」及「文藝季」的辦理，從政策擬定到執行細節都逐漸下放到各地方政府：此過程不只協助地方挖掘、發展、建構各區域文化差異與特色，另一方面更協助社區、地方整合各類資源、凝聚社區共同意識。地方靈活的文化策略無形中建立起區域獨特的在地文化特質，間接帶動區域小規模經濟之成長。

1995 年文建會所提出的「文化產業化、產業文化化」的文化政策，「文化產業化」的目標是希望透過「文化」與「藝術」兩造的相關產品建立為地方可以發展之產業；也就是說，同時以舊有的在地元素為基底，揉合新開展的藝文活動，用以進行社區營造，進而刺激區域、社區的相關經濟活動，除了重視原有文化藝術的推廣範疇外，更著重於文化藝術所帶來的附加價值及周邊商業效益。

文化創意產業開展時期，其驅力則是來自政黨輪替。

2000 年，陳水扁當選總統，為臺灣首度政黨輪替。因政治經濟環境受到全球不景氣及快速變動的衝擊，當時台灣執政的民進黨政府為彌補因全球化、兩岸特殊政治關係而邊緣化的台灣經濟。當時傳統製造業無論於產能及產值上都遭逢瓶頸，故發展「知識經濟」、「文化經濟」以取代台灣「高勞力密集經濟」的結構。

「知識經濟」與「文化經濟」的理念雖然動人，但當時的行政團隊卻未於第一時間內掌握傳統產業轉換至文化創意產業的各銜接事項，包含上、中、下游各環節的相關配套措施與作為。政府相關施政措施皆已加入國際性組織為考量，文化與產業相關政策的相悖也就隨處可見。

2001、2002 年文建會為加入世界關貿總協 WTO 的專題演講，討論的議題著重於加入國際組織後的衝擊與影響。其實，早在歐盟締結之前，成員國內部就以「文化免議」的文化財概念保護各國境內的文化產業，直接去除文化產業、藝術產業被分割、被破壞的噩運。

2002 年 5 月台灣陸續成立「挑戰 2008 年國家發展重點計畫政策小組」及「促進創意文化產業計畫」工作小組，文化创意產業的政策與發展方向大致底定。緊接而來，即為文化创意產業政策的分權與各相關部門之間的配合。

台灣長期行政部門事權分散、公部門行政態度與效率不彰，都是發展文化创意產業、建構文化產業友善環境，應當優先克服之基本工作。2002 和 2003 年由文建會、經濟部、教育部、新聞部等四個單位組成跨部會工作小組，積極籌辦跨部會會議、提報文創發展專案計畫、邀請英國文化媒體部等國際文創專業人員來台交流，終於使我國文化创意產業所欲發展內容方向及分責，作一明確的定義與劃分。歷經 2001 年的「文化資產年」後，「文化创意產業」與「新故鄉社區營造計畫」正式成為國家發展重點計畫中，培植「軟實力」的重要計畫(張瓊慧，2003)。

文化创意產業轉型時期，其轉折則是來自政黨再次輪替。

2008 年馬英九當選總統，面對中國的磁吸效應，2009 年提出「創意台灣—文化创意產業發展方案」，將 2009 至 2013 年列為第二期計畫，主要針對台灣當前發展文化创意產業之優勢、潛力、困境及產業需求，提出推動策略。目標在「以臺灣為基地，拓展華文市場，進軍國際，打造臺灣成為亞太文化创意產業匯流中心。」之願景。

2010 年《文化创意產業發展法》的通過施行。面臨中國和平崛起的對岸經濟發展與文化正統的競爭下，尤其是 2012 年以來大陸推動的「十二五」文化產業倍增計畫，已捲起千堆浪頭席捲而來。臺灣文化创意產業推動所隱含的意涵、在地化全球化及多元文化主義，如族群多元性及外來移民等議題，益發重要。

文建會的文化創意產業發展計畫主要規劃、推動的計畫範圍涵蓋：文化创意產業人才培育、文化创意產業環境整備、以及文化创意產業扶植，並協助文化產業融資、投資與貸款等事項。同時可觀察到台灣整體的文化創意產業發展規劃，分別設計了近程、中程、及遠程三階段目標。近程目標以整備文創環境、設立園



區、培養人才；中程主要以行銷台灣國際品牌、開展市場與通路；最終的遠程目標乃是讓台灣成為亞太文化創意交流中心、東西文化的中介角色。

本論文探討重點在於何以文化創意產業能夠在台灣社會產生？其本身所具的特質為何？和台灣既存的政經社文環境要做何種的連結？台灣政治經濟結構體的主要特徵與其相應特定發展系絡為何？因此，提問：產業與政治經濟體將依循著何種路徑進行演化與轉換？

## 貳、文獻檢討

文化創意產業的相關文獻，著作浩繁，可謂嘉言紛郁。若以 2014 年 5 月查詢國家圖書館的「全國碩博士論文」為例，以「論文名稱」查詢計 401 筆資料，若以「關鍵詞」查詢更多達 703 資料。除碩博士論文外，本研究所運用的資料，包括專書著作、期刊論文與相關議題之專業網站資料。

這些文獻對於臺灣文化創意產業的研究，泰半集中於下列四個面向：一、探究造成臺灣文化創意產業發展的原因；二、對於臺灣文化創意產業定義與範圍問題的討論；三、有關他國推動文化創意產業政策之介紹；四、提出對於臺灣文化創意產業輔導與政策上因應之道。這四個面向整合起來看，可說是相當應用性的取向，而其研究目的主要也是作為政策制定與執行的參考。

本研究係為釐清在宏觀的歷史脈絡結構變遷與相關因果關係影響下，臺灣在各時期的文化政策所展現的風貌；探討的議題，分別以臺灣政經社文變遷研究各面向，以及在歷史脈絡下，臺灣文化創意產業之分期探討。

依本研究寫作目的而參採之主要文獻，分述及探討如下：

### 一、探究造成臺灣文化創意產業發展的原因

陳郁秀指出，文化創意產業的發展，主要受到全球化與科技化兩股力量的推動。(陳郁秀，2003)

吳漢中認為：論述文化創意產業政策做為文化政策的重要性，其「文化民主化」、提高「文化接近性」、文化政策去中心化與呼應行政文化化的政策理念，與臺灣文化政策的理想及「社區營造」政策理念相呼應。(吳漢中，2003)

### 二、對於臺灣文化創意產業定義與範圍問題的討論

有關「文化」、「創意」、「文化產業」、「創意產業」及「文化創意產業」定義

探討文獻資料相當豐富，卻人言人殊。林炎旦將各國對於文化或創意產業的定義作一彙整比較，可供概覽。(林炎旦，2012)如表 1-1。

國家/機構	名詞	定義
聯合國教科文組織 (UNESCO)	文化產業	結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。
聯合國 貿發會議 (UNCTAD)	創意產業	創意與知識資本的投入，由一套以知識為基礎的經濟活動構成，包含產品與服務的創作、生產和銷售的循環過程，生產具有創意內容、經濟價值與市場目標的智力或藝術服務。
英國	創意產業	創意產業起源於個人的創造力、技術和才華，透過產生與開發為智慧財產權後，具有開創財富和就業機會的潛力。
澳大利亞	創意產業	創意產業涵蓋文化產業，包括許多廣泛認可的文化活動，更具體的指出，創意產業利用象徵性的知識和技能，透過附加價值、商品化、分配和銷售，來創造經濟效益。
芬蘭	文化產業	文化產業是奠基在一個意義內容上的產業，範圍從傳統產業、服裝或是商業品牌都涵蓋在其中。狹義的說法則一定是強調文化企業家精神，尤其是強調商品化價值創造的部分，並且對於交換商品的意義性特別強調。
香港	創意產業	源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。
韓國	文化產業	文化產業是文化商品的生產、分配、消費相關的產業及與此有關的產業，又把文化商品規定為因文化內容內在而能生產經濟性附加價值的有形無形的財貨、服務和與此有關的商品。

中國大陸	文化產業	為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動，以及與這些活動有關聯的活動的集合。
臺灣	文化創意產業	源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業。

關於文化創意產業的定義比較表(林炎旦整理)

夏學理則指出就實務面而論，用詞、定義或界定範圍上的不盡相同，其實並不十分礙事。畢竟，因時因地的差異，或各地在基本文化環境優劣條件下的不甚相似，都會導致發展目的、焦點、方法、任務、對象、策略上有所不同。然而這些差異，無論是浮現在名詞的選用上，還是落腳在定義的鋪陳上，其以「文化」為基礎、利用「創意」去活化產業的概念卻必須是一致，而且最終都不能背離「市場」與「法律」二要件。(夏學理，2011)

文化創意產業定義與範圍問題的討論，並非本研究探討重點，惟就臺灣文化創意產業制訂之初，有關定義與範圍的動員，方為本研究關注之處。

### 三、有關他國推動文化創意產業政策之介紹

董思齊指出，在民主轉型之前，韓國並不存在「文化產業」的概念，而伴隨內部民主化的發展與外在全球化的壓力，韓國對文化的理解則有著從「文化＝藝術」到「文化＝產業」再到「文化＝內容」的轉變過程，並有著越來越偏重其經濟效應的路徑依循性格。(董思齊，2013)

大陸「十二五」文化產業引人注目。蕭夏勇指出，大陸政府在重視發展公益性文化事業的同時，早已大力推動文化產業發展。繼2006年訂定第一個文化發展規劃——《國家「十一五」時期文化發展規劃綱要》，提列九個重點發展的文化產業類別。復於2009年7月提出《文化產業振興規畫》。(蕭夏勇，2012)

從問題意識及分析架構來檢視現有的臺灣文化創意產業研究文獻，可說是相對不足的。這個不足一方面是對於臺灣文化創意產業比較深入而且有系統的研究並不多見，另一方面是這些文獻對於臺灣文化創意產業的研究，泰半集中於應用性的取向，而其研究目的主要也是作為政策制定與執行的參考。換言之，針對臺灣文化創意產業之經濟論述與產業政策等技術性問題的討論居多，而較少觸及臺灣文化創意產業所賴以發展的社會基質，更遑論能由此而開展出對於臺灣文化創意產業政經特質的分析。

雖然許多學者以不同面向來檢視臺灣文化創意產業的發展及內涵，可供研究者參考，但難以對宏觀的歷史脈絡結構及相關因果關係的影響，作一個全面性的解析，因此，本研究希望在整個歷史架構下，檢討醞釀時期、開展時期及轉型時期三個重要的時期，結合國內外政經社文環境的變遷、兩岸關係、全球化趨勢，進行歷史結構性的探討，並前瞻文化創意產業所面臨的問題，提供對策及建議，以為參考。

## 參、分析架構

本論文所探討的問題焦點是：2000年後的台灣文化創意產業形塑的社會機制為何？臺灣的文創發展過程，是鑲嵌在怎樣的制度環境與集體行動系統關係脈絡中？

本論文理論的整合脈絡：是從政治經濟觀，掌握國家、市場、社區底層菁英與公民等多元建構的力量，其文化資本使用邏輯，有日常生活文化、網絡基礎。透過宏觀制度面與微觀集體行動系統的結合，掌握「結構鑲嵌性」概念予以開展。

### 一、國家機關與民間社會關係

柯亨(Jean L. Cohen)和阿拉托(Andrew Arato)，依據國家公權力的有無，將現代國家的內部分為國家機關及民間社會兩部分；民間社會又劃分為公民社會、政治社會，和經濟社會三個部分(蕭全政，2001；Jean L. Cohen & Andrew Arato，1992)。國家機關運用其公權力治理國家；而政治社會、經濟社會與公民社會是除了國家機關外，涉及民眾生活與生計最密切且重要的公共領域。國家機關通常由行政權威所領導；政治社會則指涉政黨、政治性組織和政治性的公眾；經濟社會主要是包括從事生產和分配的組織，通常指公司、合作社；而公民社會則是指包括民間團體、社團、社會運動等各種公共溝通形式的組織(蕭全政，2001；Jean L. Cohen & Andrew Arato，1992)。

國家機關運在民間社會之上，且基於國家公權力的賦予，從民間社會汲取資源，並利用此資源去創造、支持它的行政性和強制性機關組織(蕭全政，2001；Skocpol，1979)。國家機關通常會在不引起正當性危機(legitimacy crisis)或資本累積危機(accumulation crisis)，或為化解此兩種危機，而對民間社會採取各種汲取性、保護性或生產性的措施，以確保其自身和整個國家的生存與發展(蕭全政，1988；Block，1977)。

本研究將從國家理論，以政治經濟的分析和立論角度，藉由時間演進探討國家機關與民間社會，和文化創意產業政策之間的關係與互動情形；並分析相關文化創意產業政策的推動，對文化經濟意識和國家機關與民間關係形塑的作用和影響。

## 二、歷史結構觀點

歷史的發展有其客觀的因果關係，並在不同時空下展現特定的形式與潮流(蕭全政，1997)，不同的時空背景對政策的推動有其必然的影響力。歷史本身是個複雜的結構，包括國內政治、經濟、社會，以及影響國內政經的國際變遷；而其演變過程是一個能動體，由人與非人因素互動而成，因此，歷史的變並非預先設定，而是由因果關係所決定。歷史結構研究，就在掌握時空實存的動態因果關係，並重新認識非人因素及這些非人因素與人的因素間，因為互動而產生的歷史特殊性。(蕭全政，1991)。

國家機關在歷史的脈絡中，不同時空面臨不同的國內社會與國際情勢，展現出特定的角色、功能與政策，並影響國家內部的結構與發展。而國家機關與民間社會的關係，又與國際政經網路，形成結構性的關係，彼此影響與變遷。台灣的國家機關與民間社會的結構與關係，由於威權轉型與民主化的特殊歷史與文化脈動，有其特殊的演進過程與影響；而台灣的國家機關與民間社會的關係又鑲嵌在經濟區域與國際政經情勢變遷結構之中。在探討台灣的文化創意產業政策，必須追溯政策提出與演變過程的國內外政經關係，從歷史的發展脈動中研析其各種影響因素與因果關係，方能完整的了解整體結構所衍發的影響與效應。

本研究將探究文化創意產業推動過程中，政治、經濟、文化和社會彼此間的影響作用，進而從文化深化和國家發展的角度，提出文化創意產業運作模式和未來發展可供參考之建議。

## 肆、章節安排

本論文章節共分爲五章，各章節安排如下：

第一章爲緒論，說明問題意識、研究目的，並回顧相關文獻，提出主要研究觀點與分析架構，做爲各章論述的基礎，最後說明章節的安排。

第二章探討文化創意產業醞釀時期，自威權體制後期之 1981 年文建會成立至 1987 年解除戒嚴間的政經變遷，文化政策的運作及變遷；在國內外環境的改變及社會力的湧現下，民間與官方各行爲者在文化政策上的影響及展現。繼而探討威權轉型時期即 1987 年解除戒嚴至 2000 年政黨輪替時期，在民主化思潮下，文化政策在國內外的劇烈變遷之下，主政者因應國內外政經環境，建構臺灣主體性的核心理念、形塑以臺灣主體爲主軸的國家認同，期望以此來化解內部矛盾、統獨與政爭所引發的衝突，以及其它行爲者的相關配合及衝突的作爲。

第三章探討文化創意開展時期，即 2000 年政黨輪替後文化政策規劃之爭議及問題。這個時期主要是探討國家機關如何在全球化浪潮及經濟優勢不再之下，引進產業的觀念並大力推展文化創意產業的緣由及相關因素。

第四章探討轉型時期，即 2008 年政黨再次輪替至 2012 年文化部成立後迄今，文化創意產業檢討在兩岸交流日益頻繁之下，政府在此情勢下推展的國際化的相關政策來對抗民間及兩岸的爭議。。

第五章爲結論及建議，針對各階段文化創意產業形塑、運作及變遷的過程，歸納並探討現今文化創意產業所面臨的問題，作爲未來加強的方向與具體建議。



## 章節細目

### 第一章 緒論

第一節 研究緣起問題意識

第二節 文獻探討

第三節 分析架構

第四節 章節安排

### 第二章 文化創意產業的醞釀期〈~2000〉

文化設施建設階段〈1981~1994〉

民主化下的文化概念〈1987~〉

地方文化產業與社區總體營造〈1994~2000〉

### 第三章 文化創意產業開展時期〈2000~2008〉

政黨輪替後的國內外政經情勢

全球化趨勢下文化創意產業的概念

面對中國政經崛起的文化經濟論述

### 第四章 文化創意產業的轉型期〈2008~〉

政黨再次輪替後的國內外政經情勢

文化創意產業目的之轉變

中國文創崛起與兩岸資源競合

### 第五章 結論與建議

第一節 結論

第二節 研究建議

## 參考文獻

于國華，2003，〈文化・創意・產業:十年來臺灣文化政策中「產業」發展〉，《今藝術》，46-48。

于國華，2008，〈30年後，還有文化創意產業嗎？〉，《文訊》270，104-106。

文建會，1998，《1998年文化白皮書》，行政院文化建設委員會。

文建會，2004，《2004年文化白皮書》，行政院文化建設委員會。

文建會，2003，《文化創意產業手冊》，行政院文化建設委員會。

文建會，2010，《臺灣文化創意產業發展年報》，行政院文化建設委員會。

文建會，2011，《臺灣文化創意產業發展年報》，行政院文化建設委員會。

文化部，2012，《臺灣文化創意產業發展年報》，行政院文化建設委員會。

文化部，2013，《臺灣文化創意產業發展年報》，行政院文化建設委員會。

王俐容，2003，〈文化政策中的經濟論述:從精英文化到大眾經濟?〉，文化研究學會 2003 年年會。

李登輝，1995，《經營大臺灣》，臺北，遠流。

李明芳，2004，〈臺灣文化政策的政治經濟分析〉，國立中山大學政治學研究所碩

士論文。

吳漢中，2003，〈文化與經濟間的第三條路－臺灣文化創意產業發展初期研究〉，  
國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

林炎旦，2012，〈緒論：兩岸文化創意產業概念〉，《兩岸文化創意產業概念》，林  
炎旦主編，臺北，師大書苑。

夏學理、凌公山、陳媛，2012，《文化行政》，臺北，五南圖書出版股份有限公司。

夏學理，2006，〈從游、謝二位閣揆的文化施政方針論文化政策的作為與不作為〉，  
《空大行政學報》，第 17 期。

陳其南，1992，《公民國家意識與臺灣政治發展》，臺北，允晨。

陳其南，1995，「文化·創意」研討會暨社區總體營造中日交流展論文集》，臺北，  
文建會。

陳其南，2007，〈文化資產保存運動在臺灣-歷史的回顧與問題的反思〉，《2006 文  
化資產保存政策國際研討會論文集》，文建會，臺北。

曹俊漢，2009，《全球化與全球治理》，臺北縣：韋伯文化國際出版有限公司。

張瓊慧編輯，2003，《認識文化創意產業》，臺北：生活美學館。

張茂桂，2001，〈多元主義，多元文化論述在臺灣的形成與難題〉，《臺灣的未來》，

臺北，華泰圖書公司。

董思齊，2013，〈製造創意：韓國文化內容產業政策的起源與發展〉，國立臺灣大學政治研究所博士論文。

楊敏芝，2000，〈文化產業理論思潮初探〉，《環境與藝術學刊》，1:29-49。

榮幼娥，2010，〈政黨輪替後的海外華僑政策，2000-2010〉，國立臺灣大學政治系研究所碩士論文。

劉維公，2000，〈全球文化與在地文化的「連結」關係：論日常生活取向的文化全球化研究〉，《台大社會學刊》，第 28 期：頁 189-228。

劉永逸，2008，〈臺灣政黨輪替前後文化政策之研究-以 1993-2008 文化建設委員會文化政策為例〉，國立臺灣師範大學美術研究所碩士論文。

蔡源煌，1989，《解嚴前後的人文觀察》，台北，遠流。

鄭美華，2008，〈推動文化創意產業政策與政府治理模式的轉型—政府與文化關係的再思考〉，《公共行政學報》，27:111-159。

蕭全政，1988，《政治與經濟的整合》，臺北:桂冠圖書公司。

蕭全政，1990，〈政治民主化與經濟自由化下的政府角色調整〉，《社會科學論叢》，

1:31-64。

蕭全政，1991，《政治與經濟的整合—政治經濟的基礎理論》，臺北:桂冠圖書公司。

蕭全政，1995，《臺灣新思維:國民主義》，臺北:時英出版社。

蕭全政，1997，〈組織與制度的政治經濟分析〉，《暨大學報》，1:1-16。

蕭全政，1999，〈臺灣民主化對政府經濟和社會職能的挑戰與因應〉，《理論與政  
策》，51:1-18。

蕭全政，2001，〈臺灣威權體制轉型中的國家機關與民間社會〉，中央研究院臺灣  
研究推動委員會主編，威權體制的變遷:解嚴後的臺灣，63-88。

蕭全政，2001，〈全球化下亞太政治經濟發展之前景〉，《台灣經濟研究月刊》，  
24(6):22-28。

蕭全政，2003，〈何謂政治經濟學?〉，《政治學報》，35:1-34。

蕭全政，2004，〈經濟發展與臺灣的政治民主化〉，《臺灣民主》，1:1-25。

蕭全政，2006，《政治與經濟的整合》，高雄:基礎文化創意。

蕭全政、吳若予，2007，〈全球化潮流下的在地省思:從五百年資本主義發展史的  
反省〉，《研考雙月刊》，31 卷第 5 期:4-14。

蕭新煌、黃世明、翁士杰，1995，〈百年來臺灣社會力的浮沉與轉型〉，《百年來的臺灣》，台北，前衛。

蕭夏勇，2012，〈大陸文化產業政策與未來發展〉，《兩岸文化創意產業概念》，林炎旦主編，臺北，師大書苑。

魏玫娟，2009，〈多元文化主義在臺灣〉，《臺灣社會研究季刊》，75:287-319。

蘇昭英，2001，〈文化論述與文化政策:戰後臺灣文化政策轉型的邏輯〉，國立藝術學院傳統藝術研究所碩士論文。

蘇顯星，2001，〈戰後臺灣文化政策變遷歷程研究〉，國立臺南師範學院鄉土文化研究所碩士論文。

蘇子喬，2010，〈臺灣憲政體制的變遷軌跡(1991-2010)-歷史制度論的分析〉，《東吳政治學報》，28:147-223。

Samuel P. Huntington，2008，《第三波:二十世紀末的民主化浪潮》，臺北:五南。

Toby Miller & George Yudice. 蔣淑貞&馮建三譯，2006，《文化政策》，臺北，巨流。

## 附錄

文化創意產業發展法

更新日期:2012/05/19 17:21

中華民國 99 年 2 月 3 日華總一義字第 09900022451 號總統令制定公布

### 第一章 總則

第一條 為促進文化創意產業之發展，建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，運用科技與創新研發，健全文化創意產業人才培育，並積極開發國內外市場，特制定本法。

文化創意產業之發展，依本法之規定。其他法律規定較本法更有利者，從其規定。

第二條 政府為推動文化創意產業，應加強藝術創作及文化保存、文化與科技結合，注重城鄉及區域均衡發展，並重視地方特色，提升國民文化素養及促進文化藝術普及，以符合國際潮流。

第三條 本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之下列產業：

一、視覺藝術產業。

- 二、音樂及表演藝術產業。
- 三、文化資產應用及展演設施產業。
- 四、工藝產業。
- 五、電影產業。
- 六、廣播電視產業。
- 七、出版產業。
- 八、廣告產業。
- 九、產品設計產業。
- 十、視覺傳達設計產業。
- 十一、設計品牌時尚產業。
- 十二、建築設計產業。
- 十三、數位內容產業。
- 十四、創意生活產業。
- 十五、流行音樂及文化內容產業。
- 十六、其他經中央主管機關指定之產業。

前項各款產業內容及範圍，由中央主管機關會商中央目的事業主管機關定之。

第四條 本法所稱文化創意事業，指從事文化創意產業之法人、合夥、獨資



或個人。

第五條 本法所稱主管機關：在中央為行政院文化建設委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

第六條 中央主管機關應擬訂文化創意產業發展政策，並每四年檢討修正，報請行政院核定，作為推動文化創意產業發展之政策依據。

中央主管機關應會同中央目的事業主管機關建立文化創意產業統計，並每年出版文化創意產業年報。

第七條 為促進文化創意產業之發展，政府應捐助設立財團法人文化創意產業發展研究院；其設置條例另定之。

第八條 政府應致力於發展文化創意產業，並保障其發展所需之經費。

第九條 國家發展基金應提撥一定比例投資文化創意產業。

前項投資之審核、撥款機制與績效指標等相關事項之辦法，由中央主管機關會同相關目的事業主管機關定之。

第十條 政府應推廣文化創意有價之觀念，充分開發、運用文化創意資產，並落實於相關政策。

政府用於有形或無形之文化創意資產支出，經濟效用年限達二年以上者，應劃編為資本門經費預算。

各中央目的事業主管機關應訂定各項獎勵或輔導措施，以協助公民

營企業及文化創意事業，將創意成果及文化創意資產，轉化為實際之生產或運用。

第十一條 為培育文化創意事業人才，政府應充分開發、運用文化創意人力資源，整合各種教學與研究資源，鼓勵文化創意產業進行產官學合作研究及人才培訓。

政府得協助地方政府、大專校院及文化創意事業充實文化創意人才，並鼓勵其建置文化創意產業相關發展設施，開設相關課程，或進行創意開發、實驗、創作與展演。

## 第二章 協助及獎補助機制

第十二條 主管機關及中央目的事業主管機關得就下列事項，對文化創意事業給予適當之協助、獎勵或補助：

- 一、法人化及相關稅籍登記。
- 二、產品或服務之創作或研究發展。
- 三、創業育成。
- 四、健全經紀人制度。
- 五、無形資產流通運用。
- 六、提升經營管理能力。

七、運用資訊科技。

八、培訓專業人才及招攬國際人才。

九、促進投資招商。

十、事業互助合作。

十一、市場拓展。

十二、國際合作及交流。

十三、參與國內外競賽。

十四、產業群聚。

十五、運用公有不動產。

十六、蒐集產業及市場資訊。

十七、推廣宣導優良文化創意產品或服務。

十八、智慧財產權保護及運用。

十九、協助活化文化創意事業產品及服務。

二十、其他促進文化創意產業發展之事項。

前項協助、獎勵或補助之對象、條件、適用範圍、申請程序、審查  
基準、撤銷、廢止補助及其他相關事項之辦法，由中央目的事業主管機關定之。

第十三條 為提升國民美學素養及培養文化創意活動人口，政府應於高級中等  
以下學校提供美學及文化創意欣賞課程，並辦理相關教學活動。

第十四條 為培養藝文消費習慣，並振興文化創意產業，中央主管機關得編列預算補助學生觀賞藝文展演，並得發放藝文體驗券。

前項補助、發放對象與實施辦法，由中央主管機關定之。

第十五條 為發展本國文化創意產業，政府應鼓勵文化創意事業以優惠之價格提供原創產品或服務；其價差由中央主管機關補助之。

前項原創產品或服務範圍之認定與補助相關辦法，由中央主管機關定之。

第十六條 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。

前項獎勵或補助辦法，由中央目的事業主管機關定之。

第十七條 政府機關辦理文化創意產品或服務之採購，其採公開評選方式者，得將文化創意產品或服務之創意、美學列為評選項目。

第十八條 公有公共運輸系統之場站或相關設施之主管機關，應保留該場站或相關設施一定比率之廣告空間，優先提供予文化創意產品或服務，以優惠價格使用；其比率及使用費率，由主管機關定之。

第十九條 中央主管機關應協調相關政府機關（構）、金融機構、信用保證機構，建立文化創意事業投資、融資與信用保證機制，並提供優惠措施引導民間資金投入，以協助各經營階段之文化創意事業取得所需資金。

政府應鼓勵企業投資文化創意產業，促成跨領域經營策略與管理經驗之交流。

第二十條 中央目的事業主管機關為鼓勵文化創意事業建立自有品牌，並積極開拓國際市場，得協調各駐外機構，協助文化創意事業塑造國際品牌形象，參加知名國際展演、競賽、博覽會、文化藝術節慶等活動，並提供相關國際市場拓展及推廣銷售之協助。

第二十一條 為促進文化創意產業之發展，政府得以出租、授權或其他方式，提供其管理之圖書、史料、典藏文物或影音資料等公有文化創意資產。但不得違反智慧財產權相關法令規定。

依前項規定提供公有文化創意資產之管理機關，應將對外提供之公有文化創意資產造冊，並以適當之方式對外公開。

管理機關依第一項規定取得之收益，得保留部分作為管理維護、技術研發與人才培育之費用，不受國有財產法第七條及地方政府公有財產管理法令規定之限制。

利用人係為非營利目的而使用公有文化創意資產時，管理機關得採優惠計價方式辦理。

公有文化創意資產之出租、授權、收益保留及其他相關事項之辦法或自治法規，由中央目的事業主管機關、直轄市或縣（市）主管機關定之。

第二十二條 政府機關為協助文化創意事業設置藝文創作者培育、輔助及展演場所所需公有非公用不動產，經目的事業主管機關核定者，不動產管理機關得逕予出租，不受國有財產法

第四十二條及地方政府公有財產管理法令相關出租方式之限制。

第二十三條 以文化創意產業產生之著作財產權為標的之質權，其設定、讓與、變更、消滅或處分之限制，得向著作權專責機關登記；未經登記者，不得對抗善意第三人。但因混同、著作財產權或擔保債權之消滅而質權消滅者，不在此限。

前項登記內容，任何人均得申請查閱。

第一項登記及前項查閱之辦法，由著作權法主管機關定之。

著作權專責機關得將第一項及第二項業務委託民間機構或團體辦理。

第二十四條 利用人為製作文化創意產品，已盡一切努力，就已公開發表之著作，因著作財產權人不明或其所在不明致無法取得授權時，經向著作權專責機關釋明無法取得授權之情形，且經著作權專責機關再查證後，經許可授權並提存使用報酬者，得於許可範圍內利用該著作。

著作權專責機關對於前項授權許可，應以適當之方式公告，並刊登政府公報。

第一項使用報酬之金額應與一般著作經自由磋商所應支付合理之使

用報酬相當。

依第一項規定獲得授權許可完成之文化創意產品重製物，應註明著作權專責機關之許可日期、文號及許可利用之條件與範圍。

第一項申請許可、使用報酬之詳細計算方式及其他應遵行事項之辦法，由著作權法主管機關定之。

依第一項規定，取得許可授權後，發現其申請有不實情事者，著作權專責機關應撤銷其許可。

依第一項規定，取得許可授權後，未依著作權專責機關許可之方式利用著作權，著作權專責機關應廢止其許可。

第二十五條 政府應協助設置文化創意聚落，並優先輔導核心創作及獨立工作者進駐，透過群聚效益促進文化創意事業發展。

### 第三章 租稅優惠

第二十六條 營利事業之下列捐贈，其捐贈總額在新臺幣一千萬元或所得額百分之十之額度內，得列為當年度費用或損失，不受所得稅法第三十六條第二款限制：

一、購買由國內文化創意事業原創之產品或服務，並經由學校、機關、團體捐贈學生或弱勢團體。

二、偏遠地區舉辦之文化創意活動。

三、捐贈文化創意事業成立育成中心。

四、其他經中央主管機關認定之事項。

前項實施辦法，由中央主管機關會同中央目的事業主管機關定之。

第二十七條 為促進文化創意產業創新，公司投資於文化創意研究與發展及人才培訓支出金額，得依有關稅法或其他法律規定減免稅捐。

第二十八條 文化創意事業自國外輸入自用之機器、設備，經中央目的事業主管機關證明屬實，並經經濟部專案認定國內尚未製造者，免徵進口稅捐。

#### **第四章 附則**

第二十九條 本法施行細則，由中央主管機關定之。

第三十條 本法施行日期，由行政院另定之。