

PHILOSOPHY



文化 創意 園 區

文化創意產學中心 之創新經營模式

文 / 林榮泰 (臺藝大設計學院工藝設計系所教授)

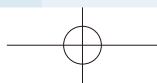
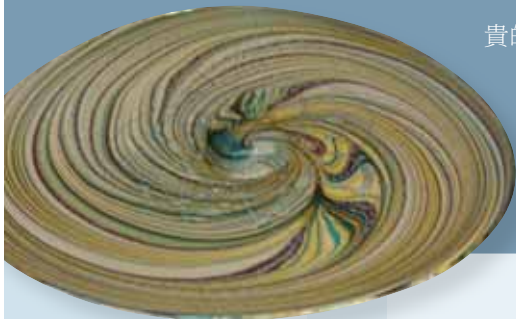


PHILOSOPHY



前言

近年來，「美學」伴隨著知識經濟快速的興起，政府積極以設計產業鏈的概念，訂定文化創意產業發展計畫，整個文化創意產業計畫的重點在於文化如何增值「設計創意」，變成可以營利的「生意」，形成「美學經濟」。文化創意產業納入國家發展重點計畫，顯示台灣經濟發展面臨轉型的殷切，已經是全國的共識。在知識經濟的時代，文化與產業的關係日益密切，文化是需要花錢投資的產業，而產品也可以透過文化的增值成為賺錢的產業。對產業而言，文化增值創造了產品價值的核心；對文化而言，產業是推動文化發展的動力。另一方面，博物館透過現代資訊科技，可以將珍貴的歷史文物予以「數位典藏」，以保存國家文化資產，建構公共資訊系統，以促使精緻文化能夠資訊化、普及化、大眾化與生活化，結合科技與人文，達到推動產業和經濟發展的目的。



台灣的文化創意產業如何達到「文化產業化」與「產業文化化」的願景，發展文化創意加值設計與創新經營模式益顯得重要；而「文化創意加值商品設計與創新經營模式」，正是文化創意產業的核心技術。有鑑於此，國立台灣藝術大學率先成立博物館（Our Museum）來典藏藝術相關的「技藝」，並在設計學院下成立「文化創意產學中心」（Our Studio）作為提供文化商品「創意」的中心，同時建構了一個「文化創意產業園區」（Our Factory）負責把這些創意商品化，達到美學經濟的「生意」。整個計畫的構想主要是以文化創意產業為中心，結合「科技產業」與「藝文產業」，整合國立台灣藝術大學在「藝術與工藝教育」的基礎，從體驗台灣的「文化」特色，透過文化「創意」加值「設計」，經由「文化」、「創意」與「設計」的

過程「行銷」台灣，以達到結合技藝、創意與生意的「美學經濟」為目標。

近年來，在教育部的教學卓越計畫、國科會文化創意的整合型計畫與文建會的文化創意育成中心計畫的支持下，國立台灣藝術大學利用已經建構的Our Museum的典藏「技藝」，結合Our Studio的文化「創意」，形成Our Factory的美學「生意」，達到美學經濟的微笑模式，也就是創意與生意的美學經濟。在實務的操作上，文化創意產業必需經由「放眼全球·在地行動」（Think Globally·Act Locally）的理念，達到結合博物館（Our Museum）「數位典藏」的卓越教學，透過文化創意產業中心（Our Studio）「文化創意」的商品設計，再由文化創意產業園區（Our Factory）的創新育成，形成「地方產業」的目標。

▼ 圖1 國立台灣藝術大學博物館—Our Museum



▲ 圖2 國立台灣藝術大學文化創意設計中心—Our Studio



圓就是藝術

ircle
rtistic co.

8 | ART APPRECIATION 文化創意園區

玻璃工藝

精品工作坊

Glass
Art
Studio



圖3 國立台灣藝術大學文化創意產學園區一Our Factory

有關Our Museum、Our Studio與Our Factory的設立與目的，以及其如何配合教學卓越計畫、創意產品設計與文創育成中心的理念與作法，簡單說明如下。

技藝—從Our Museum源起

國立臺灣藝術大學於民國44年（1955）創始之時，臺灣教育界尚無設計專門科系。民國46年（1957），本校成立美術工藝科殆為臺灣大專院校第一所設計相關科系，開啟台灣的设计教育，對臺灣设计教育的開展具指標性意義；其後50年的發展正反應這種以「實務」為主的設計教育。半個世紀以來，視覺傳達設計學系與工藝設計學系（前身為美術工藝科），經歷平面組、裝飾組、應用美術組、設計組，以及立體組、產品組、工藝設計組、工藝組、陶瓷組等分組之教學，培養無數設計界菁英，對臺灣設計界影響極大。民國89年，多媒體動畫藝術學系（所）設立，不但意味著本校設計學院繼往開來，與時並進之精神，更為當前臺灣設計教育注入活水。長期以來，經由本校培育之優秀設計人才，其作品披沙瀝金後，可以代表臺灣近代設計史每一時期之經典之作，不但保留了工藝的技藝與手藝，並見證臺灣藝術設計發展的軌跡。

傳統的博物館典藏除了作採集、整理、收藏等作業，並定期展覽的主要功能外，各國無不利用博物館豐富的文物典藏，達到社會教化的功能。因此，博物館與社會之間需要一個人性空間作為接觸的介面；例如，法國羅浮宮請華裔建築師貝律銘，重新設計一個透明玻璃的金字塔式入口，就是一個明顯的例子。有鑒於此，本校黃光男校長特別在此關鍵時刻，籌劃國立台灣藝術大學博物館，開啟台灣的大學擁有博物館之先趨。冀望透過博物館典藏的校友師生作品，在藝術教育的發展和設計的歷史脈絡中，勾勒出臺灣藝術設計教育發展的願景及方

向，Our Museum 於焉悄悄的在台藝大的校園中出現，如圖1所示。

Our Museum雖然不大，但是麻雀雖小，五臟俱全。未來透過數位典藏（Digital Archives）或數位博物館（Digital Museum）的概念，可以發揮的功能卻未可限量。數位博物館的關鍵性概念，源於知識的開放（Openness of knowledge）；這意味著透過數位博物館可以將典藏文物不受時空的限制，對全校師生、全台灣或甚至全球所有需要瀏覽文物的人士作隨時的展示，經由「數位典藏」達到「創意學習」的目的。台灣已有許多數位博物館出現，如故宮博物院、國立歷史博物館、國立自然科學博物館、國史館臺灣文獻館等。將數位典藏或數位博物館的概念，推廣至教學及學習活動時，所有的國人將能對博物館數位化的典藏文物作最有效的運用。國立台灣藝術大學設立Our Museum的一小步，將帶動台灣藝術設計教育往前邁一大步動力。這也是就文化創意產業的技藝面來看，文化創意產學中心的重要功能之一。

創意—從Our Studio想起

未來的設計必須回歸到人文美學的觀點，科技只是技術輔助的工具，不能用來主導產品設計。未來的設計乃是藝術、文化與科學的整合，以解決社會的問題，並重新定位生活型態。設計是文化創意活動，其最終的目的在於形成生活文化，營造人性化的生活環境。尤其是21世紀的數位科技世界，以「人性」為本，以「文化」為體的設計更加重要，即所謂的文化創意設計。如何經由「文化」轉換為「創意」，加值產品「設計」，也就是「文化創意」如何「加值設計」，這也正是藝術設計教育未來的課題。有鑒於此，國立台灣藝術大學特別在設立Our Museum之後，在設計學院下籌劃成立文化創意產業中心—Our Studio（圖2）。



文化創意產業中心係以國立台灣藝術大學在藝術、文化與設計的教學專長為基礎，配合台灣經濟發展亟需轉型的事實，並結合政府「挑戰2008：國家發展重點計畫」中的文化創意產業；整合上游Our Museum的文化創意、中游的設計創新與下游的市場行銷，形成的文化創意產業鍊。也就是經由文化創意、創新加值、研發設計與商品化等階段，豐富文化創意產品的文化內涵。並與相關的業界合作經由市場分析、經濟效益評估與商業模式之建立，以促成營運之可行性。最後，達到文化創意產業對國家經濟發展的具體助益與貢獻。

簡言之，文化創意產業中心的目標主要是結合「科技產業」與「文化創意」，以國立台灣藝術大學在「藝術教育」的基礎，從體驗地區的「文化」特色，透過文化「創意」加值「設計」，經由「文化」、「創意」與「設計」的過程「行銷」台灣，以達到「文化創意，社區營造，生活設計，行銷台灣」的目的。透過「文化創意加值產品」發展「產業在地化」，營造「地區創意產業」。從Our Studio做起，發揮「知識經濟」與「美學經濟」目標。這也是就文化創意產業的創意面來看，文化創意產業中心的重要功能之二。

生意—從Our Factory 作起

近年來，文建會陸續把閒置於各縣市的公賣局舊酒廠改建為「文化園區」，提供藝文團體多元的排練、展演空間，並設立藝文資訊站、圖書資料教室等服務設施。成為提供給藝文界、非營利團體及個人使用的創作場域。例如，原為台北酒廠的「華

山文化園區」提供藝文、親子、社區、公民的參與等功能，達到社區美學、創作、學習與休閒的多元內容，為文化園區勾畫未來的新風貌。其他的園區還包括：台中、嘉義、台南與花蓮，這些由國家規畫的產業園區，已在各地區發揮藝文應有的功能。有鑒於此，本校特別在設立Our Museum，籌劃文化創意產業中心—Our Studio之後。又仿效國家級的文化園區的構想，把臨近台藝大廢棄的退輔會榮民紙廠，改造為文化創意產業園區—Our Factory（圖3）。提供學生學習、實習與圓一個創意夢的藝術設計教育樂園，這又是國內大學發展文化創意的另一項創舉。

為了讓文化創意產業園區發揮應有的功能，本校同時推出一系列的文化創意產業紮根計畫包括：陶瓷工藝精品工作坊、玻璃工藝精品工作坊與綜合工藝精品工作坊等分項計畫。透過文化創意產業園區藝術家的進駐、廠商的進駐、創意設計中心設計團隊的培養、課程與就業的實習等，將美術、設計、表演、傳播等藝術領域的內容，轉換成文化創意產業的陶瓷工藝精品、玻璃工藝精品，以及綜合工藝精品，達到藝術的創新與加值。同時，以「創意台灣」的宏觀視野，將藝術科技化、國際化、產業化，以藝術形塑台灣的文化。除了促進手藝與技藝的提昇、培養文化創意的人才與提升就業的競爭力之外，透過技術專書與紀錄駐校藝術家影音光碟的出版，以及大量工藝精品的設計開發，更能落實藝術與文化創意產業的推廣，同時使手藝經由創意變成生意。這也是本計畫就生產行銷來看，文化創

意產學中心的重要功能之三。

美學經濟的微笑理論

近年來，產業界一直在強調知識經濟時代的來臨，OECD（1999）定義的知識經濟係：知識與資訊的生產、傳遞、應用為主的經濟體系，即在經濟知識的國家中，知識與資訊是促進經濟成長、創造財富以及提供機會的主要動力。梭羅（1999）在其「Building Wealth」一書中強調：「全世界目前正進行第三次工業革命—知識的革命，創造財富的關鍵，已從過去的天然資源、技術工具到今天的「知識」，這場革命的影響範疇，遠勝於前次的資訊革命。並強調新經濟時代的三大特色：除舊佈新、鼓勵創業與擁有原創力。管理大師杜拉克早在60年代即提出「知識工作者」的觀念。90年代更在其著作「Post-Capitalist Society」（Drucker, 1989）中指出：在知識經濟的年代，創造力比生產力更重要，企業必須加強創新的投資，並尊重和善用知識工作者的「知識」。最近，在其新著「21世紀的管理挑戰」更強調：每個組織的核心競爭力都不一樣，但是有一項核心競爭力是任何組織都不可缺少的，那就是：創新。

圖4原係由施振榮先生所提出在知識經濟架構下的微笑理論，其重點是以生產製造為基礎，透過研究發展與市場行銷，把台灣的產業從代客加工（OEM），提升到代客設計（ODM）；最後，達到自創品牌（OBM）的目標。因此，台灣產業結構未來需要做的改變是保持cost down的優勢，加強設計value up，追求文化附加值設計的value added。面對

文化創意產業的興起，本文利用圖4的概念，以Our Museum、Our Studio與Our Factory為基礎，架構了美學經濟的微笑理論，其主要的理念說明如圖4。

把數位典藏（Our Museum）的「技藝」擺中間，當「技藝」向左走，經由「設計」表現「創意」，再透過資訊加值、知識加值與創意加值，形成「創新」的機會（Our Studio）。當「技藝」向右走，經由「行銷」促成「生意」，再透過文化差異、地區特色與創意產品，形成「創業」（Our Factory）的機會。也就是如何運用Our Museum的「技藝」為基礎，經由Our Studio的知識加值產生創新的產品，再透過Our Factory的創意加值形成創業的機會。文化創意產業的品牌創意加值係根基於「文化特色」，經由「設計」營造生活品味，透過「品牌」形成生活型態。「地區文化特色」就從「品牌創意」中轉變為「經濟」。「創意」是經由感動的認同，「品牌」則是實現文化設計創意的媒介、手段或方法。因此，地區的品牌創意簡單的說

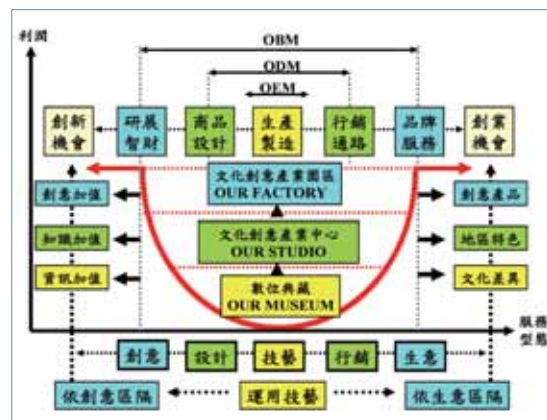


圖4 文化創意商品產生美學經濟系統概念圖

就是地區文化透過「創意」設計，經由「品牌」行銷實現一種設計品味或生活型態。當「數位典藏」結合「文化創意」，再加入「科技」，透過「設計」展現「創意」，必然可以透過地區產業的品牌創意加值，再創台灣經濟奇蹟。

文化創意商品設計模式

為了達成Our Museum、Our Studio與Our Factory所架構的美學經濟，本計畫整合上游的典藏單位、中游的授權開發與下游的市場行銷結合成設計的產業鍊。也就是經由數位典藏、創意加值、研發設計與商品化等階段，豐富文化創意產品的文化內涵。並與相關的業界合作經由市場分析、經濟效益評估與商業模式之建立，以促成營運之可行性。最後，達到創意加值產品對數位內容產業之具體助益與貢獻；本計畫提出如圖5的文化創意商品設計模式。

就設計程序而言，文化創意產品設計可以分成：擷取文化風格特色（推理）、形成設計概念模式（知識），與完成文化產品設計（智慧）等三個階段；林榮泰（2005）把上述的概念應用在數位典藏的創意學習中，並將文化創意的加值分成三個階段，提出如圖5中間虛線的文化創意商品設計的加值模式。就數位典藏的文化創意加值而言，把典

藏文物的原始「資料（data）」加以分析整理，讓它成為有意義的文物「資訊（information）」，這是推理的能力；把資訊再加以整理歸納，形成有用的文化「知識（knowledge）」，這是學習知識的方法；把相關的知識加以靈活運用就形成人類的「智慧（wisdom）」結晶，這是應用知識解決問題的能力；而這整個過程是創意學習的教育目的（林榮泰等，2005）。

就數位典藏的文化創意加值而言，把典藏文物的原始「資料（data）」加以分析整理，讓它成為有意義的文物「資訊（information）」，這是推理的能力；把資訊再加以整理歸納，形成有用的文化「知識（knowledge）」，這是學習知識的方法；把相關的知識加以靈活運用就形成人類的「智慧（wisdom）」結晶，這是應用知識解決問題的能力；而這整個過程是創意學習的教育目的（林榮泰等，2005）。

就文化創意加值而言，第一個階段是如何把原始的「文物資料」，賦予意義，經由「資訊加值」，成為有用的「設計資訊」；再經由分析歸納，透過「知識加值」，變成可用的「創意知識」；最後，則經由靈活運用的「創意加值」，形成有價的「智慧財產」。如果再結合現代資訊科技

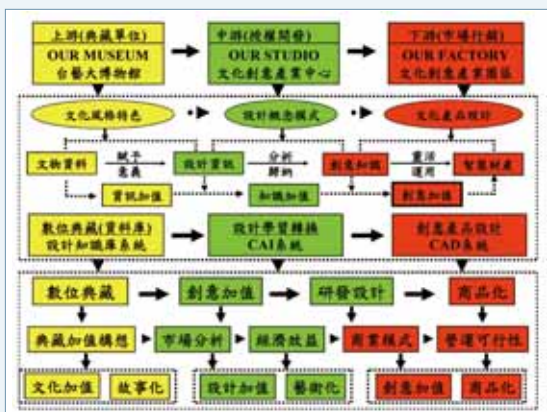


圖5 文化創意商品設計模式與整合架構之關係



圖6 文化創意產業中心經營理念示意圖

與電腦輔助設計的相關技術，可以透過數位典藏形成資料庫，甚至擴充為「設計知識庫系統」；再經由電腦輔助教學（CAI）系統，作為「設計學習轉換」的媒介。最後，則利用電腦輔助設計（CAD）系統，直接完成創意產品的設計。有經驗的設計師可以利用圖5中間所架構的系統自我學習，完成文化創意產品的設計。對於無經驗的設計師、初學者或是學生，也可經由這個架構學習如何設計文化創意商品。

就實際的執行面而言，根據如圖5的下方虛線所示，也就是連結數位典藏、創意加值、研發設計與商品化的一貫過程，再配合經營模式的典藏加值構想、市場分析、經濟效益、商業模式與營運的可行性等，形成既分工又在共同的架構下，整合技藝、創意與生意達成經濟美學的成果，如圖5三個層次與不同階段的關係所示。以圖5的架構為基礎，配合政府所訂定「文化創意產業」發展計畫，探討如何透過數位典藏創意加值，將文化創意轉換為文化創意商品設計的模式。也就是以設計產業鏈管理的概念，整合文化創意、加值設計、生產製造，乃至行銷通路的设计產業，達到以「文化加值」的故事化，以「設計加值」的藝術化，與以「創意加值」的商品化，將「數位典藏」的文化轉換為文化創意商品之目的。

創新經營模式

國立台灣藝術大學，是國內最早也是唯一設有「工藝設計」系所的大學，半世紀來，無不以「藝術、工藝、設計」平衡的教育基礎，追求「手藝、創意、生意」綜合的設計目標。因此，本計畫展現「工藝的魅力」，使出「創意的魔法」，把「工藝」融入「創意」，讓「創意」變成「生意」，實現「品味文化·形塑台灣」的目標。當藝術與設計遊走於文化之間，若碰到「創意」即可能變成

「生意」。本計畫如前述主要是以文化創意產業為中心，結合「科技」與「文化」，整合國立台灣藝術大學在「藝術教育」的基礎，從體驗地區的「文化」特色，透過文化「創意」加值「設計」，經由「文化」、「創意」與「設計」的過程「行銷」台灣，以達到結合技藝、創意與生意的「美學經濟」目標。

經營理念

為了達到文化創意加值商品設計的目的，本計畫整合上游的典藏單位（台藝大博物館）、中流的授權開發（台藝大文化創意產學中心）與下游的製造生產物（台藝大文化創意產業園區），最後結合市場行銷成為文化創意設計的產業鍊，如圖7所示。其主要的理念就是經由數位典藏、創意加值、研發設計與商品化等階段，豐富文化創意產品的內涵。其實際的作法則與相關的業界合作，把文物典藏的加值構想，經由市場分析、經濟效益評估與商業模式之建立，以促成營運之可行性，達到創意加值產品對文化創意產業發展之具體助益與貢獻，如圖6中間所示。最後，本研究再根據設計鏈的觀念，把文化創意設計的觀念，引入企業永續經營的模式中，也就是結合文化產品創意模式與企業經營模式，把如圖6下方所示。

從圖6則可以清楚的看出本研究計畫的上、中、下游深度的垂直整合，與水平廣度的異業結合，可以達到經由本土文化的創意，轉化為科技產品設計，達到永續經營的目的。其實際的做法則是由台藝大博物館提供文化創意的來源，經由台藝大文化創意產學中心的研發設計，產生文化商品的創意，再交由台藝大文化創意產業園區生產、製造與行銷。因此，未來本計畫將成為結合博物館的「數位典藏」、設計學院的「文化創意」與文化創意產業園區，經由創意加值創新文化商產品設計的典

範，形成利用博物館典藏的「技藝」，結合設計的文化「創意」，形成「生意」的知識經濟模式。

經營模式

文化創意產學中心之營運，係以開發文化創意商品為主，並展售台藝大師生校友等藝術作品、以及接受外界之委託設計案。中心經營之設計案分為設計開發、委託販售、專案委託設計等方式。在實際的經營方式則係結合研究、教學與服務三為一體的創新經營方式，其經營模式與組織的關係，如圖7所示。

教育目標無他「學以致用」而已，因此，文化創意產學中心把「教學」結合「服務」為主。教學服務中心以各工藝研究室為主提供教學的相關服務，三個精品工坊之創意與教學模式研發、學術研討會、國內外藝術家學術交流等。並利用藝術博物館的展場，配合研討會與相關之學術活動，舉辦主題展覽，另開放展場產業交流、工坊精品發表會、學生作品發表。設計服務中心則對外提供設計服務，以設計開發、委託販售、委託設計、產學合作等方式。分別就不同設計合作案訂定契約，由中心主任視設計專案之性質，安排適合專長的教師負責執行。並將實際的服務案例作為實務教學的教材，其相關辦法另訂之。

創意產業中心的另一個功能則是推廣，除了傳統的博物館展售的行銷通路外，透過電子商務提供行銷通路、品牌推廣與創業服務的平台。更進一步拓展異業結盟或同業聯盟。透過電子商務網路平台的建置，以虛擬商店之架設，提供師生及校友藝術作品、學校自創品牌精品、文化創意商品之販售。作為學校對外宣傳自創品牌精品之窗口，藉由網路購物間接拓展學校知名度，其相關辦法另訂之。進一步結合創新育成中心的功能，提供專業諮詢、技術交流與產學合作，吸引廠商進駐，並加強雙邊合

作，透過廠商的輔導協助生產並支援實務教學。

結語

近年來，台灣文化創意產業蓬勃發展，有助於帶動經濟成長與產業升級。因此，藉由文化創意產業中心所擁有精湛的工藝技術外，特別聚焦於生活精品的設計，對於未來工藝、藝術、文化與生活的結合，讓生活精品為人們生活帶來文化、歡笑，透過文化創意的加持，如同品牌形象一般，對地方、對企業、對文化形成很高的經濟效益。國立台灣藝術大學的文化創意產學中心掌握數位典藏文化創意的知識，運用工藝材料與創意元素，透過文化資訊轉換為知識經濟的模式，將現有的科技透過文化創意的加值，運用可以複製的知識經濟模式於量化的生產上，以擴大市場的推廣與販售。

未來的文化創意產學園區的發展，將利用上述的文化特色轉化產品創意的創新模式，配合教學卓越計畫、創意產品設計與文創育成中心的理念與作法，提出「品味文化·形塑台灣」的事業願景，期望更多的創意來自台灣多元的文化特色，共創台灣風格，引發源源不斷的創意產品，支撐文化創意產業的發展，讓你我在微笑中享受知識經濟帶來的成果。

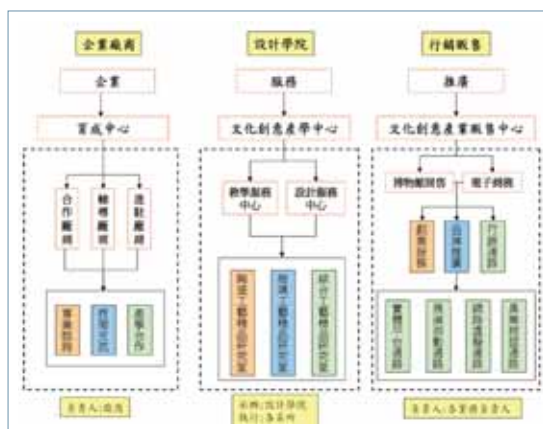


圖7 文化創意產業中心經營模式示意圖