

文化創意行銷實務 123： 解讀《文化創意產業的行銷與管理》一書

黃振家*

書名：文化創意產業的行銷與管理
作者：李錫東
出版社：台北：宇河文化
出版年份：2009

閱讀一本書，其實可以先從作者身上，看出端倪。

本書作者李錫東先生，從事文化創意產業相關工作長達二十年，實務經驗相當豐富，除擔任國內知名圖書發行公司總經理外，近年來，更熱心公共事務，積極投入出版相關公協會事務，擔任理事長，致力產業環境的整合與改造，因此，從作者相關經歷不難想像與期待，本書經世致用之可能性。

事實上，閱讀一本書，還可以從內容與架構看出脈絡。

在內容方面，本書主要以行銷學理論為基本概念，透過行銷相關分析框架，針對文化創意產業相關行銷課題進行論述，相關內容涵蓋：文化產業分類、文化產業市場分析、文化產業之消費行為、文化產品包裝、文化產品定價、文化產品通路與文化產品促銷等文化行銷相關課題。

而在架構方面，本書主要分為基礎篇、戰略篇與應用篇三大部分：

在基礎篇當中，作者從企業與市場開始談起，先定義文化企業，從市場行銷淵源與發展觀點，來說明文化產品的行銷模式與管理，並且從概念、範圍與品牌，界

* 黃振家為淡江大學大眾傳播學系助理教授，e-mail: 115346@mail.tku.edu.tw。

定文化產品，陳述文化產品的生命週期，以及文化產品的原創設計與開發；同時，作者更以市場的觀念，區分文化產業市場，針對文化產業市場需求與競爭進行論述，詳述文化產業市場相關消費行為變數，並且提供文化產業市場區隔與定位方法與技巧。

而在戰略篇當中，作者則延續基礎篇中所討論的行銷學 4P 脈絡，接續探討文化價格策略、文化產品的分銷策略、文化產品的促銷策略，在文化產品價格策略部分，主要陳述文化產品定價可能涉及的成本與利潤考量，並且針對文化產品的定價提出具體參考架構；而在文化產品的分銷策略部分，則針對文化產品相關分銷通路與戰略進行詳實說明，頗具實用性；至於在文化產品促銷部分，作者更提供文化產品促銷、溝通與商業贊助等重要議題相關實務見解；此外，作者則從資訊系統觀點，具體而微地教導讀者如何進行文化產品的市場研究；最後，則從文化產品行銷管理與市場營運觀點，總結本書文化產業的行銷與管理相關課題，特別是針對文化創意產業的專殊性，提供具體實踐的行銷方案工具。

至於應用篇，作者主要針對文化行銷的行業應用進行說明，例如：圖書市場、報業市場、影音市場、演藝市場、娛樂市場、文化旅遊市場、會展市場，茲將個別市場相關內容分述如下：

首先，在圖書市場，作者主要介紹圖書市場構成要素與需求特徵，分析讀者購書行為，說明圖書市場相關行銷規劃與圖書市場未來發展趨勢。其次，在報業市場，作者則陳述報業市場與市場行銷要件，說明報業讀者需要與購買決策，針對報業廣告客戶滿意與購行為進行分析，呈現報業市場未來發展趨勢。同時，在影音市場，作者先闡述影音產品供需變動的影響因素，呈現影音市場行銷方式，並且說明影音市場的未來發展趨勢。另一方面，在演藝市場，作者主要區分演藝的要素與類型，分析演藝與行銷的關係，說明演藝服務的行銷方式與未來發展趨勢。而在娛樂市場，作者先說明娛樂業的內涵與經營類別，強調娛樂行銷的三大重點，卓越產品、娛樂促銷與完美服務，並且呈現娛樂業未來發展趨勢。至於，文化旅遊市場，作者則分析文化旅遊的動機與行為，提供文化旅遊產品的開發與行銷見解，說明文化旅遊市場的未來發展趨勢。最後，在會展市場，作者論述會展行銷要義，說明會展行銷的策略，預示會展行銷未來發展趨勢。

從內容與結構來看，本書依循以行銷觀念作為基礎，行銷學理為戰術，文化創意產業市場為應用等寫作原則，將文化產業的行銷與管理，藉由理論與實踐等二元取向，希冀為讀者量身打造一本文化創意產業導讀書，當然，從書中內容章節安排

來看，本書亦具有市場導向，依照內容比例與分量，在加上所邀請撰序的推薦人，似乎有作為學校授課教科書的可能性打算，當然，從本書結構來看，本書涵括基礎、戰術與應用，頗具實用性，在在顯示作者期待本書能夠獲得文化產業行銷相關從業人員的青睞，做為文化行銷實務工具書的企圖。

此外，閱讀一本書，還可以從寫作風格當中，看到細節。

本書最大特色，在於不用長篇論述的學術寫作風格，多半用圖表方式呈現相關概念，增加可讀性，避免純粹文字閱讀的艱澀，並且透過大量表格比對，讓讀者能夠快速吸收文化行銷相關內容，瞭解不同觀念間的差異，方便記憶與掌握文化行銷的重點，特別是有別實務論述，作者旁徵博引，在書中援引相關理論與著述，並且，嘗試為讀者做最為詳實但最為簡明的解析，方便讀者採用，不難看出，作者的用心之處，特別是作者出身實務，尤為可貴。

當然，如果要為這本書提供專業見解，本書仍然有以下幾點，值得期待。

一、在文化創意產業相關在地著述較為缺乏的當下，本書實為難得，儘管本書嘗試從基礎、戰術與應用入手，言簡意賅陳述文化行銷相關課題，但仍不免在各章節當中有意猶未盡之憾，事實上，本書各篇內容，都有獨立寫作的可能，光是基礎內容，就值得針對相關觀念一一闡述說明，除提供學理之外，可以提供更多相關實務見解與例證，方便讀者可以釐清觀念，打好理論基礎，更何況相關戰術與個案，都可以獨立成冊，深入詮釋相關內容，擴大論述的篇幅，呈現文化創意產業行銷的大格局。

二、本書在內文與圖表應用上，似乎存在若干差異，儘管相關文字論述呼應章節主題，進行說明，然與表格似乎不相容，有連結閱讀上的困難，畢竟，在傳統閱讀習慣上，圖表是輔助閱讀，協助進行文字內容理解，難以完全替代文字內容，必須在文脈當中，充分平衡文字與圖表間的關係，否則，過多的圖表，往往有時會收反效，不只干擾閱讀，更可能會過分切割內容，無法呈現文字說理的延續性，影響對於思想論述脈絡的掌握。

三、最後，從教學的觀點來看，本書相當近似講義，在豐富內容章節當中，仍留有許多可以讓授課教師與讀者可以自行發揮的空間，可惜的是，在課堂上常常作為教科書詮釋者的授課教師與閱讀教科書的學生，往往與教科書的作者，存在知識與見解的落差，對於觀念的認知與理解，需要作者更多的指引與說明，尤其是本書將許多文化產業行銷與管理相關概念表格化，勢必簡化概念，特別是許多操作方法，需要清楚說理以避免混淆，本書在這個部分，還有可以努力的空間。

整體來說，本書值得推薦，特別是台灣，我們需要更多有關文化創意產業行銷的在地論述，以豐富在地文化創意產業行銷的知識內涵，做為文化創意產業行銷觀念推廣與知識傳承的基石，特別是考量文化創意產業行銷的在地性與專殊性，本書的確提供相當豐富的實務經驗，可以讓有志從事文化創意產業行銷相關工作的人士，一窺文化創意產業行銷世界的堂奧，系統性地認識文化創意產業行銷相關知識，相信，本書作者已經盡其最大努力，在工作繁忙之餘，盡可能分享其數十年之文化創意產業行銷經驗，不過，作為讀者，往往會錯誤期待，希冀從著述中得到作者之所有學養，事實上，讀者不妨將本書做為投入文化創意產業行銷志業的起點，從本書開始，讓我們一起努力，以豐富在地文化創意產業行銷世界為職志，共同開創台灣文化創意產業行銷的新天地。

閱讀一本書，永遠都是一個新的開始。