國立政治大學國家發展研究所

碩士論文

指導教授：王振寰 博士

Supervisor：Wang, Jenn-Hwan, Ph.D.

文化創意產業、國家與藝術家：華山創意文化園區的分析

Cultural & Creative Industry, the State and Artists：Analysis for the Case of Huashan Creative Park

研究生：李宛真

Li, Wan-chen

中華民國 九十九年 七月

July, 2010

謝誌

終於，到了說感謝的時候.....。

論文的完成，我首先要感謝指導教授　王振寰教授，因為他是如此耐心包容地循循善誘，讓我可以踏踏實實、又驚又喜地體會研究本質，無論是每每在團隊研究會議中受到的衝擊與啟發，或是很多時候待人處事的潛移默化，都是我學習以社會科學角度看問題的啟蒙，更是研究所期間最感念的成長導航。再者，我要感謝兩位口試委員溫肇東教授與金家禾教授，他們用心對於論文內容提出建議與修正，讓我學習以更多元的視角解釋現象；而他們熱心引薦的訪談意見更是本文重要的立論基礎，謝謝老師!

接著，我要感謝每一位與我懇談的受訪者毫不吝惜地在百忙之中抽空，使我有幸進入他們的生命經驗，記錄他們對於專業的看法與努力，成就了我對研究議題的學習與觀察。其中，我還要特別感謝元祥與應龍兩位學長，因為他們的拔刀相助與熱心引薦，我的訪談進度更加順利。

研究與生活是分不開的，感謝王團隊每一位夥伴的提攜與相互支持，特別是學長、學姐：琮淵、聖文、青蓉、俊銘、書緯、勝群、奕任，謝謝你們永遠不厭其煩地受我糾纏、和我討論，不但教我待人處世，更領我以學術眼光思維問題。沒有你們的教導，我無法完成學位論文！還有懿紘學姐、正揚、松甫在任何時候的樂於協助，都是我寫作期間重要的支援力量。

回到國發所 96 級的班上，謝謝導師 隋杜卿老師對我們亦師亦友的無盡付出，研究所的班級回憶才會如此精彩銘心。還要謝謝建立濃烈革命情感的各位戰友：秀濱、小居、佑丞、家科、濟安、奎佑，由於彼此的真心對待與惺惺相惜，來自於你們在生活、精神與學業上的支持和協助，是馬拉松式寫作過程最溫暖的後勤補給。還要謝謝所辦佩琦學姐與馬姐的照顧和幫忙，我才能順利地通過許多關卡與考驗。

除此之外，感謝大學摯友馬小妹睿均的一路相伴與鼓勵，我們終究，一起走到了當初約定的這一頭；還要感謝宣稱走冶豔路線的欣茹，妳所帶來心靈成長的啟發，是我很多時候能夠勇敢走下去的理由。

最後，我想將論文獻給來自於家庭最強大的精神後盾：阿公、阿嬤、爸爸、媽媽，謝謝您們全然地信任與支持，我才能踏上這一趟衝擊而充實的美好旅程。

李宛真 謹誌

2010 年 8 月　於木柵

摘要

華山創意文化園區的產業化發展受到一個由**國家**、**藝術社群**與**企業**三方構成的社會結構影響，藝術社群、國家與企業三者在不同階段扮演了關鍵的角色。此轉型過程經歷文化創意產業化的價值張力現象和政策磨合，揭示了上述行為者對於空間規劃與產業發展的不同主張，一方面造成其不同的信任與競合關係；另一方面也造成空間功能的轉向－此地區由一個位於前端的藝術創作聚落轉變成為靠近後端的大眾文化消費園地。

本文認為文化創意產業化的過程將引發行為者不同的價值取向，其原因為：一、精緻藝術與通俗文化的特性不同；二、創作前端與市場後端的需求與運作邏輯不同。而為了尋求文化與產業的永續發展，政府必須回應這種特殊的產業特性，扮演彈性的平台角色，一方面能夠觸動行為者的相互交流、理解與信任關係，使其自由溝通並跨界合作，誘發各種創新的可能；另一方面需要釐清空間的角色與功能，讓有效的補助與保護機制連結網絡關係及群聚效應。如此一來，這樣的制度環境能夠鼓勵創新，不因產值思維而壓抑創意，而創作前端與市場後端能夠充分活化與溝通，進一步完整價值鏈機能。

關鍵字：文化創意產業、創意文化園區、國家、藝術家、企業、群聚效應、網絡、價值鏈

Abstract

The industrialized development of Huashan Creative Park was influenced by the social structure, composed of **the state**, **the community of artists** and **the enterprise**. These three factors played crucial roles within different phases. The Industrialization of culture and creativity resulted in tensions between discrepant values as well as policy modification within the transition, which displayed diverse positions toward spatial planning and industrial development from different factors. The tensional phenomenon not only altered the relationships of trust and contention among factors but also brought about functional change of the space—this cluster of art creation near the front end of value chain turned into a pop culture consuming park near the back end.

This paper argues that industrialization of culture and creativity will lead to dissimilar value orientations of factors because of two reasons：the first, distinct features of fine art and pop culture；the second, different needs and logic of creating front end and consuming back end of the value chain. In order to build up sustainable development of culture and industry, the government is suggested to deal with this kind of special industrial feature and take a role as a flexible platform. On the one hand, this platform should induce interaction, understanding, and trust between factors as well as generate free communication, synergies among multi-fields, and all possibilities of innovation, on the other hand, it can clarify the significances and functions of spaces as well as connect network and cluster effect to complete the function of value chain by an appropriate protective system and subsidies. As a result, this institutional environment can encourage innovation and interaction between creation and market instead of oppressing creativity due to output value requests.

Key words：Cultural and Creative Industry, Creative Park, the State, Artists, Cluster Effect, Network, Value Chain

目錄

第一章　緒論.....1
第一節 研究背景.....1
第二節 研究問題.....2
第三節 文獻探討.....5
第四節 研究方法與架構.....17
第五節 章節安排.....21

第二章　藝術家主導的網絡群聚 (1997 年~2003 年).....23
第一節 華山藝文特區的形成脈絡.....23
第二節 創作網絡的群聚.....29
第三節 國家角色與政策.....39
第四節 藝術社群主導空間發展.....41
第五節 藝術家主導、官方被動配合的合作關係.....45

第三章　國家介入與園區轉型(2003 年~2007 年).....47
第一節 國家角色與政策流變.....47
第二節 產業化衝突出現，藝術網絡淡出.....66
第三節 國家主導、企業配合、藝術家監督的張力關係.....68

第四章　企業進場後的重新定位(2007 年~).....71
第一節 國家角色與政策.....71
第二節 民間企業主導空間發展.....75
第三節 企業主導、政府協助、藝術家監督的磨合關係.....86

第五章　文化創意產業化下的園區發展.....88
第一節 文化創意產業化的張力.....89
第二節 遠離華山：出走的藝術創作.....98

第六章　結論.....103
第一節 研究發現.....103
第二節 政策建議.....106

參考文獻.....110

附件.....118
附件一 訪談名單.....118
附件二 2001 年上半年華山藝文特區活動內容統計(1 月~6 月).....120
附件三 2010 年上半年華山創意文化園區活動內容統計(1 月~6 月).....124

國立政治大學
National Chengchi University

表目錄

表 1.1　創意文化園區經費使用情形(2003 年~2007 年).....1
表 2.1　華山藝文特區時期進駐之藝文團體.....42
表 3.1　華山創意文化園區產業發展範疇建議表.....51
表 3.2　新台灣藝文之星空間配置規劃構想.....57
表 4.1　華山創意文化園區進駐廠商.....79
表 4.2　華山 1914 創意文化園區場地使用收費基準表(現行一般團體).....83
表 6.1　華山創意文化園區各階段發展特色(1997 年~迄今).....104

國立政治大學
National Chengchi University

圖目錄

圖 1.1　華山創意文化園區地理位置圖.....2
圖 1.2　文化創意產業同心圓結構圖.....7
圖 1.3　文化創意產業價值鏈圖.....8
圖 1.4　研究架構圖.....20
圖 2.1　華山創意文化園區周邊區位圖.....24
圖 2.2　華山園區四連棟外觀.....30
圖 2.3　華山園區廠房內部.....30
圖 2.4　跨界藝術創作—「逐墨」加「歸零」的儀式.....32
圖 2.5　跨界藝術創作—「頹箱異典」與「舞動生命裝置藝術」.....32
圖 2.6　華山園區古蹟、歷史建物示意圖.....41
圖 2.7　環改會代管時期使用空間示意圖.....43
圖 3.1　2003 年華山地區都市計畫變更示意圖.....52
圖 3.2　2003 年都市計畫變更案市民大道沿線發展構想圖.....53
圖 3.3　華山園區土地移撥示意圖.....54
圖 3.4　新台灣藝文之星規劃最大建築量體示意圖(非建築設計圖).....57
圖 3.5　新台灣藝文之星文化意象軸線構想圖.....60
圖 3.6　跨界華山文化地標構想圖.....61
圖 3.7　華山園區促參法委外計畫範圍與廠房對照圖.....65
圖 4.1　華山園區促參法計畫 OT, ROT, BOT 範圍.....72

第一章 緒論

第一節 研究背景

有鑑於近年來全球文化創意產業的風潮，我國亦將「文化創意產業發展計畫」列入「挑戰 2008：國家重點發展計畫」，期望藉此奠定知識經濟時代的新發展利基。其中，國家將設立「創意文化園區」視為重點空間策略，顯見政府對於群聚效應帶動產業發展的高度期待。而對於位居首都中心的「華山創意文化園區」而言，由於其優良的地理區位與特殊的藝文群聚歷史，成為國家欲建立產業園區龍頭與示範基地的不二選擇，因此無論就政府的資源投入或是外界的關注性來說皆為我國五大園區之最(表 1.1)。經過幾年的努力，華山成為全台灣首先啟動的創意文化園區，因此了解此地區的發展將有助於理解國家對於文化創意產業園區的方針與規劃，進而觀察我國文化創意產業的發展現況。

表 1.1 創意文化園區經費使用情形(2003 年~2007 年)

單位：千元

園區	2003	2004	2005	2006	2007	合計	比例
華山	284,500	184,074	99,195	164,665	927,000	825,134	56%
花蓮	4,500	8,602	14,052	68,335	75,100	170,589	12%
台中	4,000	68,040	17,523	96,570	74,500	260,633	18%
嘉義	4,500	9,862	3,030	16,945	134,000	168,337	11%
台南	2,500	4,022	200	3,485	31,500	41,707	3%
	300,000	274,600	134,000	350,000	407,800	1,466,400	

資料來源：文建會(2006)

第二節　研究問題

「華山創意文化園區」座落於台北市忠孝東路、金山北路、杭州北路及市民大道所形成的街廓(圖 1.1)，園區由日治時代製酒產業廠房遺址構成，位居市中心精華地段，具有都市整體發展的指標性意義[1]。

圖 1.1 華山創意文化園區地理位置圖

資料來源：引自華山 1914 創意文化園區網站

http://web.huashan1914.com/traffic.php?cate=traffic(2010/01/04)

華山創意文化園區擁有一段特殊的藝文群聚歷史，其轉型自藝術社群成功爭取「閒置空間再利用」所建立的「華山藝文特區」。回溯至 1997 年，藝術家湯皇珍等人欲尋找「你聽我說」中法藝術聯展場地，驚豔於華山閒置建築寬敞、非制式、荒廢的空間氛圍潛藏之創作無限性，開始發起爭取此地成為藝文用地的社會運動。經過一連串的連署與陳情，1998 年這場以藝術為名的空間革命成功促使政府將此公有閒置地重新指定為藝文用地，並且交由藝文社群所組成的「中華民國藝術文化環境

[1] 華山地區全區範圍共 7.21 公頃，其所保存日治時期製酒產業建築群是依據不同階段之需求而循序擴建，兼容各個時期與類型之建築構造技術與工法，具有建築史學上的意義；另一方面，由於經濟發展帶動地價上漲，加上現代化社會講究環保，酒廠因無法徹底解決製酒過程所產生的水汙染問題，公賣局遂配合台北市都市計劃，於 1987 年將酒廠遷至台北縣林口工業區，此地區自此成為閒置公有地。(劉振祥主編，2006：56)

改造協會」(以下簡稱「環改會」)代管經營。時值解嚴之後亟欲尋求解放的文化氛圍，大量前衛性、批判性的當代藝術創作瞬間湧入華山，眾多跨越美術、音樂、舞蹈、戲劇……等領域的藝術家與創作者開始在此空間群聚，而源源不絕於此場所特有之建築結構與空間氛圍的靈感促使藝術家開始進行環境藝術創作，並且透過集結不同領域的藝術創作網絡，逐漸發展出一種「跨界創作」的空間形式，成為華山地區孕育創意的源頭。1998 年~2003 年此空間由藝術社群主導，而華山初期這種由下而上驅動的群聚模式始於歷史偶然，但是在幾年之間由於進場的低門檻與創作的自由性，使其成為當時台灣當代藝術界育成新作與人才交流的指標性聚落平台，並成為日後政府將之轉型成為創意文化園區的重要歷史脈絡。

因此延續台灣早期發展資通訊產業「科學園區」的成功經驗，設立「文化創意產業園區」成為國家發展產業的重點空間策略，行政院於是將台灣菸酒公司減資繳回之台北、台中、嘉義、花蓮等酒廠舊址及台南倉庫群等五個閒置空間指定規劃為「創意文化園區」。其中，台北的華山園區因其累積的豐富藝文能量與首都區位優勢而受到注目。

而政府選擇將華山這個富有前衛藝術能量的「藝文特區」重構為產業導向的「創意文化園區」，反映出國家對於華山規劃轉向經濟考量的過程。國家角色於此階段積極介入華山的經營，其著重經濟面向的規劃，一方面企圖在文化藝術的基礎之上，結合市場的商業性，擴大文化創意產業產值；另一方面也重塑了當地原本草根性的發展模式。

由於不擅長創造產值，藝術社群逐漸退出華山園區的經營。2003~2007年國家政策主導華山的發展，政府經歷了幾年摸索園區定位的過程，投資多數預算於硬體修繕與各項調查研究，但是對於園區的具體規劃成效卻十分有限，因此飽受爭議。特別是四年的時間經歷了主管單位文建會三任主委的更迭，每一位主委對於空間的想像與政策皆有不同，因此當多數預算都集中於硬體的修繕與調查報告，卻無法確定其軟體規劃時，也引來「四年10億零產值」的質疑（經濟日報，2007)。經過了

幾年時間的摸索與醞釀，隨著外界對於產值的期待與壓力的高漲，2006年文建會確定以「促進民間參與公共建設法」(以下簡稱「促參法」)委外經營華山，分為三個部分：一、「電影藝術館」OT案；二、「文化創意產業引入空間」ROT案；三、「文化創意產業旗艦中心」BOT案。OT案於2007年由侯孝賢導演領軍的台灣電影文化協會取得經營權；ROT案於2007年由「台灣文創發展股份有限公司」得標，是目前唯一正式營運的計畫案；BOT案則於2010年5月由「台灣文創旗艦聯盟」得標，其中ROT案與BOT案的經營團隊皆由遠流出版集團董事長王榮文領銜。

空間規劃至此由企業主導經營，而為了維持營運與創造產值，ROT空間經營首重市場導向，許多文創產品商店與餐廳紛紛進駐，在引入活動的取向上，更強調各種流行音樂、影視、時尚、文化名人效應所帶動的品牌加值效果。空間被重新定位為靠近市場後端的「媒合平台」與「表演舞台」(聯合報，2008)，主要出租為各種展覽與表演活動使用，並非提供創作服務。而由於投資成本與產值壓力反映在場租之上，也讓能夠活動於此空間的行為者產生更替。就華山的空間演變來說，此地區由一個位於前端的藝術創作聚落轉變成為靠近後端的大眾文化消費園地。

綜上所述，華山創意文化園區的發展可視為一個變動的產業化過程。起初藝術家的聚集源於歷史偶然，而這種從下而上發動、由藝術社群主導經營的模式使華山成為當代藝術圈重要的創作聚落；爾後國家基於文化創意帶動經濟發展的考量，主動介入推動產業園區的轉型，然而政策更迭，經過幾年的摸索仍無法確定空間規劃，在日益高漲的產業發展壓力之下，2006年文建會遂以「促參法」將華山委外經營，希望透過民間企業的力量帶動市場端的消費力；而現今的園區委外之後由企業主導經營，為了創造營業額，其在空間規劃上也首重市場導向。換言之，這個由藝術家社群、國家與企業構成的有機社會結構在產業化進程中形塑著華山空間的演化。

然而，在上述的轉型過程中，華山園區經歷了文化創意產業化的價值張力性和政策磨合，主導空間的要角從藝術社群、到國家、最後到企業。此過程揭示了這些行為者對於空間規劃與產業發展的不同想像：藝術家從價值鏈前端檢視產業化進

程，其意見一方面主要關懷精緻藝術相較於通俗文化的生存空間，另一方面代表前端創作者的需求與心聲；國家希望透過園區繳交產業發展的成績單；企業則是從市場端思考何謂文化創意產業？而這個互動的社會結構影響著此地區的發展。

有鑑於此，本文將指出在華山轉型的過程中，藝術社群、國家與企業三者在不同階段扮演了關鍵的角色，而「產業化」所引發的價值張力與政策磨合一方面引起上述行為者的角力關係；另一方面也造成空間功能的轉向，此空間的創作研發功能被市場的消費功能所取代。本文認為產業化過程將引發行為者不同的價值取向，其原因為：一、精緻藝術與通俗文化的特性不同；二、創作前端與市場後端的需求與運作邏輯不同。因此需要以彈性的空間規劃與網絡關係加以回應，以避免產值要求的空間策略忽略了前端創意的萌發，使價值鏈前端與後端都能發揮功能並且連結。

總的來說，本文將關注產業化對華山帶來的改變，其所引發的價值相左與政策磨合如何型塑行為者的競合關係，進而影響空間的發展。作為發問的起點，研究者將梳理華山的演化歷程,觀照各個行為者於不同階段扮演了什麼關鍵的角色?產業化進程引發哪些不同的價值取向與政策改變？揭示了藝術社群、國家與企業對於空間及產業何種不同的想像？進而型塑其信任與競合關係？最後對於華山空間產生哪些改變？都是本文嘗試要回答的問題。

第三節　文獻探討

本文首先整理文化創意產業之相關理論，作為了解此產業範疇與特性的基礎；第二部分說明網絡與群聚效應對於文化創意產業的發展舉足輕重；第三部分揭示這種空間群聚效應引發的城市再生與經濟復甦潮流，以理解設置創意文化園區的初衷；最後從制度環境看文化創意產業的發展，作為本文的分析基礎。

一、 文化創意產業的理念與實踐

(一) 何謂文化創意產業？

John Howkins主張創意經濟是任何形式的創造性想像力在具有商業價值的財貨或勞務上具體呈現，透過若干法律及合約基礎規範進行買賣，組成合理的交易慣例(Howkins著、李璞良譯，2003：46)，其獲利來自於創意附加價值與四種形式的智慧財產權[2]保護：著作權(copyright)、專利(patent)、商標(trademark)和設計(design)。換言之，文化創意產業是透過契約達成藝術與商業模式的結合(Caves著，仲曉玲、徐子超譯，2004)。根據我國《文化創意產業發展法》(2010)之定義，文化創意產業是指「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」之產業，其範疇包含：視覺藝術、音樂及表演藝術、文化資產應用及展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、廣告、產品設計、視覺傳達設計、設計品牌時尚產業、建築設計、數位內容、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業。

而從組成的結構來看，文化創意產業可以用一個同心圓的概念(圖1.2)來理解(The Work Foundation,2007；經濟部，2009)，同心圓以創意發源為中心，創意與其他元素結合向外延伸，發展出更廣泛的產品範圍。第一，位於最內圈的「核心創意領域」(core creative field)是由藝術家、作家、作曲家、舞者、工藝家、電影製作人等構成的創作領域，創作者從事純粹而具有高表現價值(expressive value)的創作，有賴智慧財產權的保護；第二，「文化產業」是將上述純粹的藝術文化商品化的過程，如電影、出版、電玩、廣播電視等；第三，「創意產業」是以上述創意表

[2] 「著作權產業」涵蓋所有能夠創造著作權，或是以相關作品為主要產品的產業，例如廣告、電腦軟體、設計、攝影、影片、錄影帶、表演藝術、音樂、出版、廣播、電視、電玩等產業，一般來說，任何作品問世的同時便宣告其著作權自動產生；「專利產業」則包括所有以專利作為生產或交易標的的產業，包括製藥、電子、資訊科技、工業設計、材料、化學、工程、航太、及交通工具等。專利一旦經過嚴格的測試成立，其賦予發明者產製的獨佔權及遠超過著作權的保護性；「商標」代表某個組織或同業的記號或標誌，不像著作權要求藝術或創意的表達，也無需專利權所要求的專業技術，商標透過圖案的檢測證明其獨一性；而「設計」則類似於商標的形狀或符號，具有獨特與稀有性。(Howkins 著、李璞良譯，2003:9-11)

現價值為基礎而延伸出的商品服務，如設計、軟體、廣告等服務業；第四，「其他經濟」是指受惠於表現價值影響所及更廣泛的產業，如觀光業。而同心圓的特色是越往內部，越是強調純粹的文化表現價值；越往外部，伴隨越多的商業活動，因此豐富而多元的核心創作，是構成外圍商品化及獲利的基底。David Throsby認為文化創意產業是由藝術居中、其他產業在外圈所構成的結構(Throsby著、張維倫譯，2003：143)。而台灣的文創產業政策以此為雛型，在同心圓的內部將「文化資產」與「個人創造力」並列為核心(溫肇東，2010)。

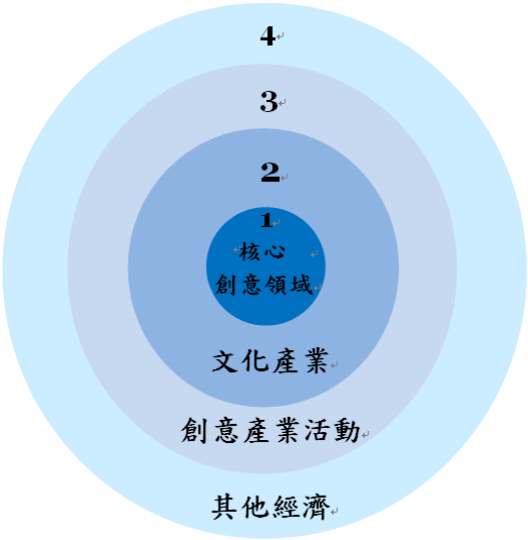

圖 1.2 文化創意產業同心圓結構圖

資料來源：作者自繪，參考自The Work Foundation(2007)、經濟部(2009)

就價值鏈的角度而言，Michael E. Porter(1985)認為任何企業的價值鏈都是由一系列相互關聯的加值程序構成，這些活動分佈於從供應商的原材料取得到產品的形成，以至於最後的消費與服務，期間每個環節彼此相扣、相互影響。而文化創意產業的價值鏈大致可以分為四個階段：概念與創作的形成、製造、通路、消費。價值鏈的長短與複雜程度又依產業類別有所不同，例如視覺藝術的價值鏈大體從畫家完成畫作到藝廊銷售即完成，而電影工業則需要更多不同領域的創意工作者加入價值鏈產銷過程(UNCTAD, 2008)。而從加值量來看，文創產業的價值反映在創意、

知識、技能等無形資產上，創意端的加值量大於交易環節（孫福良、張迺英，2008）。因此其價值鏈圖約可以下圖(圖1.3)表示，然而無論是價值鏈哪一段的加值活動，其能夠奏效的關鍵仍在於前端創作到後端市場的連接：

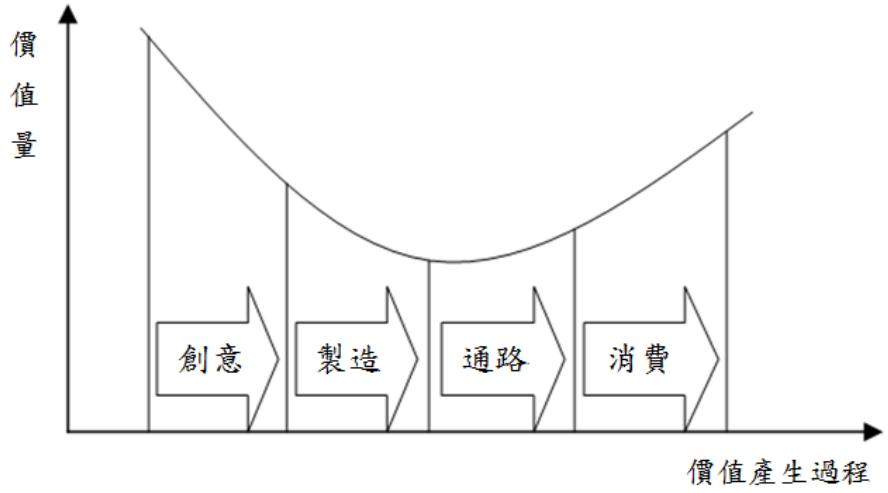

圖1.3 文化創意產業價值鏈圖

資料來源：作者自繪，參考整理自UNCTAD(2008)、孫福良、張迺英(2008)

(二) 誰驅動文化創意產業？

以人的角度切入，文化創意產業主要由「創意工作者」來驅動。Richard Florida揭示21世紀新經濟領導階層－「創意階級」[3]（creative class）的興起(Florida著、鄒應瑗譯，2003：101)。他認為資本主義發展進程已經進入「創意經濟時代」[4]，經濟發展的動能不再只取決於科技、組織，而更強調創意與人才所建立的經濟架構。創意階級掌握創意資本，具有從事各種創造性工作的「創新能力」與「創意特質」[5]，

[3] 創意階級是以經濟功能所界定出來的群體，包含知識工作者、專業工作者與科技工作者。創意階級區分成兩大部分：創意核心群（creative core）以及創意專業群（creative professionals），前者的工作性質與創意完全有關，包含：電腦與數學、建築與工程設計、生命科學、物理、社會科學、教育訓練與圖書、藝術、設計、娛樂、運動與媒體等職業；而後者的工作主要是支援創意性質，包含管理、企業與金融操作、法律、醫療照顧與技術、高階零售與零售管理等職業。

[4] 補充「知識經濟」論，Florida 認為創意是從知識中創造出有用的新形式。「知識」(knowledge)和「資訊」(information)是創意的工具與素材；而論及「創新」(innovation)的表現，無論是新的技術產品、商業模式或方法，都是創意的產品。

[5] Florida 主張創意包含不同的思考和習慣，需從個人至整個社會環境中培養，從工作場所文化、個人價值到社區，乃至於重塑個人的身分認同，都是展現創意的場域。而創意反映規範與價值；規範

而為了因應創意具有多樣性、開放性及融合性的本質，創意工作者最好具備跨領域的能力，整合軟性技術(soft skill)與硬性技術(hard skill) (The Work Foundation, 2007：106)，前者好比審美力、繪圖、感知力；後者例如科技能力、會計、管理等。Allen J. Scott(2008)便指出認知-文化經濟有別於福特主義強調批量化、標準化生產與消費、追求規模經濟效益的剛性累積過程；其模式接近於後福特主義所強調的彈性累積，因此福特主義對於勞力的訴求是理性的重複產製過程；而認知-文化經濟更強調一種感性與理性兼具的勞力特性。創意多半是以隱性知識的型態存在，不易與創作者分離，因而相較於其他產業，文創產業更是一種由創作者驅動的產業類型。

(三) 哪裡有文化創意產業？

何種環境有利於孕育文化創意產業？Florida認為創意人才傾向集中於某些多元化、開放、具有特色及魅力的地方，而生活形態的多樣性，例如藝術、音樂、街道文化、夜生活的豐富多元便是創意人才聚集在某些地區、持續醞釀創意的主因，這種由「地方品質」[6](Florida著、鄒應瑗譯，2003：323)引發的聚集效應能夠帶動城市及地區的經濟成長與復甦(Scott, 2008)。而創意人才的聚集成效將取決於三項要件[7] (Florida著、鄒應瑗譯，2003：347)－科技（Technology）、人才（Talent）、包容力（Tolerance），這直接影響城市潛在的創意指數[8] (Florida著、鄒應瑗譯，2003：340)。而Charles Landry則提出「創意氛圍」[9](creative milieu)的概念，認

與價值也是培育創意的來源，這意味著兩者相輔相成，創意仰賴社會、文化、經濟環境的支持與刺激(Florida 著、鄒應瑗譯，2003)。

6 地方品質（quality of place）泛指某地方獨具的特質與吸引力，其內涵有三：

一、 環境－指適合追求創意生活的建築環境與自然環境總合。

二、 人物－各種人在此社區扮演不同角色並且互動。

三、 事件－能夠觸發創意生活的事件：街坊活動、餐廳文化、藝術、音樂及戶外活動。

7 科技是一個地區內創新能力和高科技聚集的展現；人才是經濟發展的關鍵動力；而包容力關乎地區或國家是否具備開放性，能夠調動並吸引人才，同時容納種族與職業的多樣性。

8 Florida 提出創意指數(creative index)衡量城市創意潛力：

一、 創意階級所佔勞動力比例。

二、 創新指數（innovation index）：以每個人的專利權數目來測量。

三、 高科技指標（high-tech index）：包含兩部分，一為一地區高科技產業出產量佔全國高科技產業出產量的比例；二為一地區高科技佔全區經濟出產量的比例與全國比例作比較。

四、 多樣性：以同性戀人口數指標（gay index）作測量。

9 創意氛圍(the creative milieu)是種空間概念，它涵蓋了一切足以激發、孕育源源不絕創意的「軟」、

為為了吸引創意人才，必須追求高品質、舒適便利的實體空間營造，進而促進人際溝通，而來自各種不同專業領域的行為者透過面對面的互動創造新觀念、產品、服務與制度，才能帶動地區發展與經濟成長(Landry著、楊幼蘭譯，2008)。

以上的回顧說明了文化創意產業的定義與結構，指出文創產業主要由源源不絕的創意發想來驅動，而創意人又傾向集中於多元化、開放性、具有魅力的地區，足見環境與人的互動是孕育創意的重要關注。有了這樣的認識，便不難理解何以近年來文化創意產業的發展常常與實體空間產生連結，進而成為城市及區域再造的途徑，基此才能夠釐清華山的發展脈絡，何以藝術家會受到這個實體空間特有的廢墟氣質所吸引？進而在當中孕育許多原創藝術；而這種特殊建築的保留與空間氛圍的經營也成為今日華山吸引人潮與人才的利基。

二、 文化創意產業的價值張力與發展特色

(一) 內在張力

關於文化創意產業價值張力的討論，最早可以回溯到法蘭克福學派對於「文化工業」的批判，此派學者認為經濟價值與文化價值時而互為正向關係，時而出現負向關係，而這種差異往往來自於「精緻藝術」與「大眾文化」的爭議。

早期法蘭克福學派 Theodor W. Adorno 和 Max Horkheimer 所提出的「文化工業」(culture industry)批判理論較為悲觀，認為商業化與標準化的工業產製過程將使群眾的文化品味庸俗化，甚至被資本主義奴役宰制，整體來說，文化由「精緻藝術」(或稱精英文化)與「通俗文化」構成，兩者之間涇渭分明。(Adorno and Horkheimer 著，洪佩郁、蘭月峰譯，1990；陳學明，1996)

精緻藝術往往是小眾文化，其目的超越功利與實用功能，以審美與表意為主要

「硬」體設施。硬體基礎設施泛指建築物與制度所形成的連結，包括研究機構、教育、文化設施、會議場所、交通、醫療保健等；軟體基礎建設則是關係結構，包括關注人們如何會面、交換意見並建立網絡。

依歸，透過美學、文化與社會價值的表達，提升精神性情，因此具有歷史淵源與深刻意涵，例如：交響樂、芭蕾舞、話劇等。精緻藝術包含傳統的古典藝術以及前衛藝術[10]，兩者差異在後者於態度上批判資產階級、主流藝術觀念與藝術體制，以破舊立新見長。Adorno 認為前衛作品可能是當代唯一的真實表達(Burger 著、蔡佩君、徐明松譯，1998)，而華山園區早期的藝術創作群聚便以強烈的前衛風格為名。有別於傳統形式，前衛藝術往往是最具顛覆性的嶄新發明，其價值不僅僅在美學意義的展現，更在社會意義的傳達。相較於古典藝術；前衛藝術又更具有小眾與非通俗性。

有別於流行文化，精緻藝術的觀眾主體有較高的文化素養與審美趣味，範圍較小，其體現、承載著人類歷史發展與創造的目的、成就、命運與價值(Adorno and Horkheimer 著，洪佩郁、蘭月峰譯，1990；陳學明，1996：18)；而大眾文化則是娛樂、消費、商業文化，是一種訴諸幽默、滑稽、戲謔的手法，強調常民生活與文化藝術的連結，是大眾社會的真實反映。通俗文化的文本結構較精緻文化簡單，涵意也較為淺顯，藝術價值與精神境界比精緻藝術低下。文化工業包含商品性的娛樂工業、電視、電影、廣告、廣播等，若說精緻藝術需要充足的財源來維持其時間的傳播；那麼大眾文化的現今風采足以獲得龐大的資金來確保其空間的延展(Adorno and Horkheimer 著，洪佩郁、蘭月峰譯，1990；陳學明，1996：13)。

法蘭克福學派認為真正的藝術對於現實具有否定與顛覆的能力，其價值展現於對現存社會充滿革命性的批判與嚴肅反省，才能帶領人類進入幸福世界的美好遠景；而文化工業將使藝術失去批判性，陷入表現意義與形式的危機。Adorno & Horkheimer批判文化工業的商品化勢必迎合群眾通俗口味，文化藝術因而被大量複製成同質化、單一化的商品，戕害了作品本身獨有的原創性與思考性，而普羅大眾也將因此喪失反省與思考的主體性，沉溺於享樂主義之中。

[10] 前衛藝術是具有發明性並打破傳統價值的藝術表現，就前者來說，「發明」指的是在苦心思索這個觀念之前，歷史上根本沒有這件東西的存在，這與「發現」的概念不同；就後者來說，前衛藝術致力於打破傳統價值，並反抗通俗文化與中產階級的生活型態(張心龍，2002)。

相較之下，1970 年代以來逐漸興起的大眾文化思潮則對此議題較持正面看法，認為流行文化的樣貌與作品是群眾主體發自內心的需要，大眾文化並未宰制群眾；反而是群眾的日常思考與想像形塑了大眾文化(Featherstone, 2007)。Herbert J. Gans(1999)指出大眾文化與精緻藝術都是多元社會的合理現象，大眾文化表達、反映了大多數人的美學需求，型塑了「審美多元主義」(Aesthetic Pluralism)(Gans, 1999：94)，這意味著所謂的精緻藝術並不優於大眾文化，且後現代社會中藝術與常民生活的分際將逐漸崩解。Benjamin(1969)對於大眾文化抱持樂觀態度，他認為技術與科學的發達將促進社會與藝術的進步，無限量複製的藝術作品將使精緻藝術的獨特性與神聖性被釋放，大眾文化可以使文化深植於民眾生活。Nicholas Garnham(1990：155)更正面肯定大眾文化與市場的關係，主張多數群眾對於文化的需求與渴望，或多或少都是源自於市場以物品或服務的方式提供。因此在美學民主化的潮流之下，服膺「一人一票」(one person-one vote)的群眾篩選市場機制將使大眾文化成為贏家(Roger B. Rollin, 1975：357)。

在大眾市場，美學價值往往不同於市場價值。高階文化專家來自於上流社會，其品味未必能被一般大眾所接受，那麼被專家認為美學價值較低的產品便可能因為為數眾多的銷售量而大幅度提升市場價值，造成經濟價值與美學價值有系統性脫軌的傾向。(Abbing 著、嚴玲娟譯，2008：72)

因此，當文化創意走向產業化時，便會進一步延伸上述的落差，形成發展的爭議，甚至是弔詭。早期群聚於此具有高度原創性、實驗性、反商業性和批判性的前衛藝術，具有法蘭克福學派所指精緻藝術的小眾特性，從美學或文化價值的角度來說，藝術家嚴肅的創作在其眼中維繫著社會精神涵養與文化高度的基底，重要性當然超越產值考量，即便高深的藝術涵養無法受到普羅大眾的理解與青睞，進而創造流行文化所帶動的高商業利益也理所當然；然而另一方面，從國家發展產業的角度觀之，為了創造大量就業機會與產值成效，勢必要將文化創意產業的概念與產出推向群眾，流行文化成為重點發展項目。

而隨著知識經濟時代的來臨，主要的爭議已不在於該不該發展文化創意產業？或者對於精緻藝術與通俗文化進行價值判斷。而是在產業化的過程中，上述兩種消費文化的特性與運作邏輯上的差異將因產值做為效標的發展取向而進一步被凸顯。Bourdieu 便曾提出警告，認為文化與藝術的原創自主性，從生產到流通的每個階段，正面臨商業邏輯的威脅－包括對文化多樣性的排擠、小眾或獨立工作室的式微、短期獲利邏輯引發對文化根本的否定等(Bourdieu 著、孫智綺譯，2003：92)。

以華山這個位於台北市中心精華地段的園區來說，其設立回應了長久以來公眾的需求，更背負著創造產值與產業發展的責任，為了快速產生大量收入，華山園區的規劃強調市場導向，流行文化成為園區建立品牌與吸引消費者的主力商品，而投資發展的結果帶動了此區域的商業性與場租攀升，這個以市場為導向的轉變重構了空間的遊戲規則與篩選機制，也使得某些屬於較為小眾、前衛性的精緻藝文活動漸漸離開。

因此本文認為要發展產業必須先理解文化工業爭論的內涵，以彈性的制度設計來因應這種大眾市場機制主導而引發的價值衝突情形，使各種多元的文化活動皆有空間得以伸展。

(二)　發展特色

從市場端來說，文化產業市場具有主觀(subjective)、脆弱(volatile)、善變(changeable)的高風險性，產品的成功與否取決於創作者是否能夠掌握市場的口味(Banks et al., 2000)，這意味著創意需求的不確定與「無法預料」性(nobody knows)(Caves 著，仲曉玲、徐子超譯，2004：6；The Work Foundation, 2007：89)，由於文化產品是滿足精神需要的精神產品，其需求既多樣多變，且影響的因素眾多，需求彈性很大(厲無畏，2006：31)；然而就創作端而言，創作者常常有可以屏棄商業考量－為藝術而藝術的特性(art for art's sake) (Caves 著，仲曉玲、徐子超譯，2004：8；The Work Foundation, 2007：102)。因此為了因應創作端與市場端之間

供需關係的不確定性，尋求獲利的文創產業業者必須追求創新性、彈性，透過生產新風格、新潮流、新知識，進而開創可能的潛力市場(Banks et al., 2000；Crewe and Beaverstock, 1998)。而從長遠來看，為了使創意能夠持續產生，創造源源不絕的商品化優勢，創意端應當被賦予自由的環境，使前端的構想與概念具有機會與空間萌芽，使市場端與創作端得以媒合，這便是現行華山園區被賦予的期待與任務。

綜上所述，掌握文化創意產業的特性，才能擬定有效的文化政策與產業方針，也才能夠理解華山發展脈絡中所出現的爭議。而唯有理解上述的價值導向差異與產業發展風險性，才能制定彈性的政策呼應不同文化取向與價值鏈不同端點的需求。

三、 文化創意產業園區的發展

(一) 創意網絡與群聚效應

網絡與聚落的密切互動是支持文化創意產業發展的有力槓桿，以下將分別就網絡、群聚效應兩個層面，探討其影響及交互關係。

Elizabeth Currid(2008)認為文化經濟具有異質共生與高風險的特性，而網絡的建立便是為了因應這種產業特性。就創作端的創作需求來說，創新往往源於個人、網絡與組織團隊，來自於相同或不同的藝術、文化創作者在生產過程中彼此進行密切的交流、激盪創意、分享技術與勞力池，並且透過人際網絡建立信譽，因此創造力需要透過互動的網絡關係產生(王緝慈等，2010)；就市場端的交易需求來說，為了瞭解、吸引善變的消費者口味，創意生產者必須彼此交流、持續學習、並且促進工作與交易機會的產生。而透過網絡的建立，當越多人及企業投入生產過程，風險就越分散(Currid 著、李佳純譯，2008)。有鑒於此，信任(trust)成為維繫此種溝通與社交網絡的基礎。(Beck, 1992；Beck et al., 1994：186；Banks et al., 2000；The Word Foundation, 2007：148)

另一方面，就群聚效應而言，文化創意產業較其他知識經濟更需要進行內隱知識的轉繹與交換，由於創意或創作的產生往往來自對於主題深刻的精神性理解、透過複雜的認知溝通和情意互動，延伸自情感、精神、直覺或身體機能之表達，因此在一個特定的場域裡進行面對面溝通便格外重要，此一特性不因資訊發達而淡去，反而得到強化。由於資通訊技術發達加速擴散了資訊傳遞的範圍，增加了即時解碼知識的需求和壓力(The Work Foundation, 2007：149)，因此文化創意產業常常出現以實體空間為基礎的群聚效應。

然而單從網絡或是聚落的觀點來理解是有侷限的，事實上，網絡與群聚效應在互動的過程中相輔相成。在知識經濟時代，競爭力來自於知識和創新。而區域經濟的創新來自於廠商之間的信任、合作與社會整合，形成良性而能持續創新的空間聚落(王振寰，1999)，這便是創新環境(Camagni, 1991；Castells, 1996)和學習型區域(Florida, 1995)共同的關注。所謂的學習型區域是透過制度環境提供匯集與儲存知識的功能，建立強化學習和創新的基礎架構。Currid 呼應此觀點，直指創意產業中的社交網絡與集體性，認為文化經濟的行為者在群聚中強化彼此的信任與網絡關係，促進創新學習與合作交易，這些聚集的地區不但是具有意義的社交和經濟交換場所，更是創意交換的節點，因此奠基於地理鄰近性的非正式社交運作成為建構文化經濟體系的基礎。(Currid 著、李佳純譯，2008)

Ash Amin and Nigel Thrift 以制度厚度(institutional thickness)的觀點來解釋區域的發展。制度厚度泛指各種不同的機構，例如：廠商、社群組織、金融機構、地方政府、研發機構、創新中心……等各自發揮功能，且這些機構由於共享某些產業目標與價值規範，能夠透過互動建立信任的網絡關係，進而展開協同合作(Synergy)，共同建立一個利於區域發展的制度環境(Amin & Thrift, 1994：15；Amin & Thrift, 1995：101)。從更宏觀的角度來說，制度是一個概括性的概念，除了區域內的正式組織以外，更強調許多經過時間養成、在此空間發生的非正式風俗習慣、人際互動與網絡關係、文化、集體意識、認知(different forms of rationality)和政治

因素……等的影響。換言之，區域發展鑲嵌(embedded)在社會文化關係及前述各種因素之上(Amin & Thrift, 1994)。而透過信任所建立的共享文化價值與規範將養成制度厚度，持續激發企業家精神並鞏固區域產業，構成良性循環。

總結來說，區域發展受到整體制度環境的影響，各個組織與機構各自發揮不同的功能，而彼此之間是否形成集體意識、共享文化，進而建立信任的互動關係並達成各種妥協，使其各自發揮功能，將成為區域內文化與產業永續發展的關鍵因素。以華山而言，國家、藝術社群、企業在產業發展的過程中各自發揮不同的功能，而其信任的網絡互動關係穩定與否深深影響著此地區的發展。

(二) 文化園區與都市再生

文化園區是文化創意產業落實在具體空間的最佳寫照。1970 年代以來，文化政策結合空間規劃成為西歐城市尋求都市再生(urban regeneration)與經濟復甦的重要途徑。透過藝術、地方文化、休閒生活、觀光、媒體、博物館……等文化產業的整合，可以發揮都市行銷與區域經濟發展的效益(Bianchini, 1993；Evans, 2001；Freestone and Gibson, 2006)，而透過建立區域文化中樞、都市意象與景觀，可以吸引廣大的消費者，重新凝聚城市的競爭力(Harvey, 1993：8；Zukin, 1995)。因此文化產業能夠促進城市經濟再生並提升市民榮耀感，包含所有形式的文化活動：從精緻藝術到流行文化，都是連結文化消費和經濟生產的重要表現(Wynne, 1992；O' Connor and Wynne, 1996；財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2003)。

文化政策、經濟發展與空間規劃的結合因而促成了「文化園區」(Cultural Quarter)的產生，例如英國雪菲爾文化產業園區(Sheffield Cultural Industry Quarter)、曼徹斯特北區(Northen Quarter, NQ)。而近年來世界各國也積極透過文化創意園區的群聚效應推動產業，同時結合區域發展、都市計畫與城市意象的營造。以華山來說，其發展與轉型也背負了城市再造的期待。它位於首都市中心黃金地段，是台北市商業精華地段與主要交通樞紐的中介，輔以與周邊相關文化設施、休閒、

商業區的地理關聯性，其優良的地理區位條件成為都市規畫策略將之打造成為文化軸線樞紐與創意城市核心的重要原因。因此不只以文化創意產業的角度觀之，同時必須理解區位規畫與都市整體發展的考量，才能宏觀華山全面的產業與空間意涵。

本章回顧了文化創意產業的定義、組成與價值鏈結構，說明其內在價值張力與發展特色，進而分析網絡與群聚效應對於文化創意產業，特別是文化園區發展的意義。首先，產業發展的關鍵在於價值鏈前端到後端的連結。在華山的故事裡，藝術家從創作端出發思考空間的發展，旨在生產創意；而官方與企業傾向從市場端看空間的經營，旨在生產產值；再者，前者與後者所立足的不同空間觀點與考量來自於，精緻藝術與大眾文化的不同屬性與市場性。由於精緻藝術不易短期致富，而前端創作需要挹注空間與資源加以研發，因此在引入市場機制的過程中，便會產生角力，引發產業化發展中不同的價值取向。

另一方面，華山由一個藝術網絡啟動的前端創新聚落，轉變成為一個後端市場的交易聚落，便顯示網絡關係與群聚效應對於產業發展的重要性。因此行為者能否建立信任，使空間群聚與網絡關係相輔相成，進而回應上述的產業特性，使創作端與市場端能夠發揮功能並相互連結，成為影響區域發展的關鍵因素。有鑑於此，本文欲探討制度環境變化對於華山的影響，包含三方主要行為者**國家、藝術社群、企業**在產業化過程中對於文創產業的不同理解及角力，進一步影響彼此的信任與競合關係，形塑華山的演化，而空間也在不同權力的消長與更迭中，產生了不同的形貌。

第四節　研究方法與架構

一、 研究方法

為了有效掌握華山園區的發展過程，以及國家、企業與藝術家社群在當中扮演的角色，本文主要採取下列三種方法進行資料蒐集與分析。

(一)　文獻分析法：

研究者透過系統性地蒐集、整理和分析現有的各種檔案、資料，對於特定時空的歷史脈絡進行深入的了解，釐清事件的因果現象與發展脈絡，對於過去事件建立綜觀的認識，亦作為預測未來的基礎。文獻分析法是一種非介入(unobtrusive)和非反應(non-reactive)的方式，可以排除研究調查場域互動中可能產生的干擾(Marshall & Rossman著、李政賢譯，2006)。文獻資料來源包括政府出版品、相關的專書、期刊論文、大眾媒體資料，作為參與觀察法與訪談法的資料補充。

本研究將蒐集華山創意文化園區之相關資料，包括華山園區年鑑、相關新聞、文建會之政策說明、營運規劃報告、期刊論文、專書等，以期掌握華山園區的發展與使用狀況，以縱向的時間軸作為基礎，對於行為者在歷史事件中的互動過程進行描述與分析。

(二)　訪談與實地觀察：

典型的質性深度訪談類似一般性的交流對話，研究者探索若干一般性的問題，讓參與者從其自身的角度，逐漸浮現他們對於研究所欲討論現象的主觀觀點，透過一次的訪談就可以迅速取得大量的資料。本研究將訪問意見概分為官方受訪者 7 位；藝術家 6 位；學者專家 2 位；企業界 4 位；都市計畫工作者 3 位；文創領域工作者 4 位，共計 26 位受訪者。試圖整理各方行為者的觀點，進行對話，同時輔以實地參與觀察，直接記錄華山地區的發展。

(三)　個案研究法：

個案研究是針對單一特定組織、計畫或歷程進行研究，釐清當中導致特定個人、團體、機構之狀態或行為的變數，以及各變數之間的關係。研究者透過文獻與歷史分析、訪談，標示所欲聚焦的研究興趣所在，並且深入描繪該現象之細節與特殊性。

華山創意文化園區不但是奠定我國「閒置空間再利用」政策的指標性案例，也是國家致力於發展「創意文化園區」的先驅，受到各界的關注。本研究將透過廣泛蒐集華山創意文化園區的相關文獻資料，瞭解此地區之發展歷程與現況，並且揭示行為者在此空間演化過程中的互動關係及影響結果，作為觀察其他創意文化園區發展與產業政策的借鏡。

二、 研究架構

本文將關注產業化對華山帶來的改變，其所引發的價值張力性與政策磨合如何形塑行為者的競合關係：藝術社群－國家－企業，進而影響空間的發展。在時間軸的規劃上，本文將把華山的演變脈絡分為三個階段來探討，第一，藝術家主導的網絡群聚期（1997年~2003年）；第二，國家介入與園區轉型期(2003年~2007年)；第三，企業進場後的重新定位期(2007年迄今)。透過釐清各階段行為者的在特定事件中的態度及互動關係，揭示其對於產業與空間的不同想像，進而形塑空間的發展。研究架構如(圖1.4)所示：

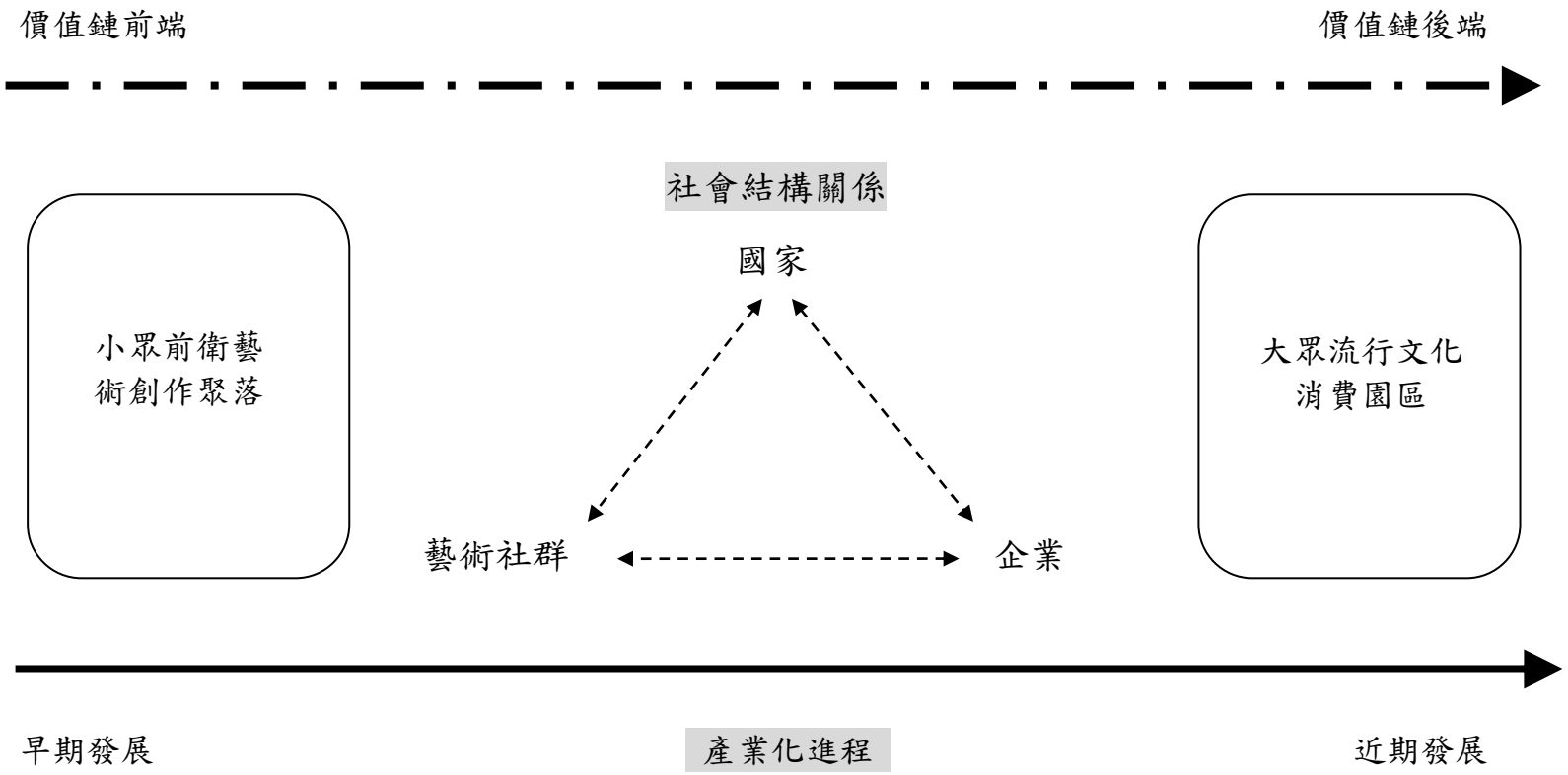

圖 1.4 研究架構圖

資料來源：作者自繪

第五節　章節安排

一、 第一章 緒論

第一章為緒論，提出研究問題、整理文獻回顧，並說明本研究之研究方法與架構。

二、 第二章 藝術家主導的網絡群聚（1997 年~2003 年）

第二章將把藝術家起身爭取華山到其轉型為產業園區之前時期標幟為「藝術家主導的網絡群聚期」(1997 年~2003 年)，說明藝術家如何受到華山特有空間魅力的吸引，在租金低廉與創作自由度高的情況下進入該場域，並且在跨界藝術交流與網絡形成的過程中激發創作能量，促成創作聚落。此時期的空間功能由藝術社群主導，國家角色較弱，而文化企業於此階段並無發揮影響力。

三、 第三章 國家介入與園區轉型 (2003 年~2007 年)

第三章將文建會接手華山推動其轉型到正式委外經營之前時期標示為「國家介入與園區轉型期」(2003 年~2007 年)。國家角色至此由弱轉為強勢介入，然而空間雖由官方主導，但是因為文建會主委與政策更迭，華山空間進入數年的摸索與修繕期，空間功能沒有明顯的成效與改變。而藝術社群的管理角色由於不善於產值經營，逐漸退出此空間。在這個階段首度有文化企業進入經營，然而相較之下，此時期的空間規劃仍然由文建會國家力量主導。

四、 第四章 企業進場後的重新定位 (2007 年迄今)

第四章將華山經由「促進民間參與公共建設法」正式委外經營之後標示為「企業進場後的重新定位期」(2007 年~)，此階段的國家與藝術家角色都較為淡化，空間在營運企業主導之下有了新的面貌，其被重新定位為表演舞台與媒合平台，而非

提供藝術家創作服務。就產業發展與空間規劃來說，企業首要活絡文化消費市場，使此空間由位於價值鏈前端的藝術創作聚落轉變為偏向後端的文化消費園區。

五、 第五章 文化創意產業化下的園區發展

第五章說明行為者如何在產業化過程中產生不同的價值取向，嘗試整理文化創意產業的張力性，並且揭示藝術創作網絡離開華山之後的發展情況。

六、 第六章 結論

第六章提出研究發現與政策建議。文化創意產業的獨特性在於：一、價值張力性；二、網絡與聚落相輔相成的重要性。因此能否在政府、企業、藝術家的信任架構之下，以適當的獎補助機制、彈性的空間策略與網絡關係，回應價值鏈不同端點的需求進而連結，是產業發展的關鍵。

國立政治大學 National Chengchi University

第二章 藝術家主導的網絡群聚（1997 年~2003 年）

本章說明華山地區從閒置荒地變為藝術聚落的過程。1997 年藝術家由下而上發起爭取華山為藝文用地的運動，1999 年在政府的支持下成立華山藝文特區。一方面，華山因為複雜的產權問題與優勢區位，成為各方角力的場所；另一方面，以藝文社群為主體成員的「中華民國藝術文化環境改造協會」進入經營，各個領域的藝術家逐漸匯集、建立網絡，發展出一種「跨領域」的藝術創作形式，使華山成為當代藝術重要的創新系統與育成基地。

第一節　華山藝文特區的形成脈絡

一、 華山空間的歷史背景

今日的華山創意文化園區最早發韌於 1914 年日治時期民營的「日本芳釀株式會社酒造廠」，期初以釀製台灣本島的清酒為主，以因應日本殖民時代的民生需求。1922 年日本芳釀株式會社酒造廠被收購為「台灣總督府專賣局台北酒工場」；二次戰後國民政府來台，台灣省專賣局接收後定名為「台灣省專賣局台北酒工廠」，酒廠命名與運作時有改制與更迭，1975 年(民國 64 年)正式定名為「台北酒廠」。(郭子瑩，2004)

由於 1976 年(民國 65)年公告的「金山街(自八德路至新生北路)北平路計畫道路案」將使廠區內的建築群被迫切割；另一方面基於環保意識抬頭，居民抗議米酒生產過程的水汙染問題無法解決，台北酒廠遂於民國 1977 年(民國 76 年)遷往林口。華山地區至此進入大約十年的閒置時期。

就地理位置來說，華山地區鄰近中央行政區域，包括立法院、行政院、監察院、

警政署等單位都位於附近，華山以東為台北市商業精華地段，以西為主要交通樞紐，其優良的地理區位條件成為此空間發展與行為者角力的重要背景因素(圖 2.1)。

圖 2.1 華山創意文化園區周邊區位圖

資料來源：Ur Map，作者修改

而台北酒廠決定遷移之初，關於此地區的土地規劃已多有討論。早在民國 71 年公賣局已經開始計畫台北酒廠的土地使用變更，希望將其變更為商業區以及低密度的住宅區，藉此提高變賣價值，作為林口酒廠遷廠的主要財源；然而當時台北市工務局考量周邊鐵路地下化後新生土地再利用的不確定性，因此遲遲未核定公賣局的計畫。另一方面，由於華山鄰近中央行政區域，考量當時許多行政單位皆對外租借辦公室，而為了降低公文往返的行政資源成本，中央便於 1990 年考慮將華山地區作為中央合署辦公機關興建辦公大樓之用；此外，觀光局亦曾經考量該地區的區位優勢，建議在此設立國際觀光飯店；而立法院也因為舊約到期，提出要將新立法院遷建於此的計畫案。諸多意見皆納入討論，1992 年 3 月 20 日立法院決議變更華山地區為機關用地，擇定此區域為新立法院的遷建地址[11]。(黃筠舒，2006)

此計畫案公告後，引起附近居民的反對聲音，當地里長認為立法院周邊的請願

[11] 台北市政府都市發展局，《變更華山附近部分商業區、住宅區、道路及鐵路用地為機關用地(立法院)計劃案》，民國 82 年 4 月 16 日公告。

抗議活動將嚴重影響周邊交通與居民生活(中國時報，1997)。因此雖然 1993 年華山地區已經正式變更為機關用地，但是由於立法院遷建資金龐大，加上幾年來爭議未決，直到 1999 年 6 月立法院才決定將遷建新址改為仁愛路空軍總部。

以上整理了華山藝文特區的地理區位因素與歷史成因，做為了解此地區爭議的基礎。由於特殊的市中心區位環境加上都市計劃政策執行失靈，華山地區的空間角力就在這樣夾雜政治力與土地開發利益的脈絡下展開。

二、 藝術家爭取運動

藝術家發現華山閒置空間的事件必須回溯至民進黨執政之台北市地方政府與國民黨執政之中央政府在國有土地利益上的競逐。首先是時任台北市都發局局長張景森於 1997 年 6 月 2 日勘察華山立法院新址用地，認為酒廠建築特殊，加上居民反對，以立法院改建之後風水不佳為由，提出空間交換議題，建議用關渡平原的土地交換華山酒廠的立院遷移計畫；另一方面，藝術家湯皇珍、魏雪娥為了舉辦「你聽我說」中法藝術交流展，欲尋找合適的展演場地，遂在張景森的帶領之下，參觀、認識了華山這個空間，並驚豔於此地區的創作潛力，也因此在張的支持之下，發起了台北藝術界爭取華山地區成為「藝文特區」的社會運動。王墨林(2000：5)認為這是由於龐大的土地開發利益使然，藝術家在地方政府官員的支持與煽動下，群起向中央爭取國營企業用地，直到同年金枝演社導演王榮裕因非法闖入華山被捕，意外引發社會爭議，張景森才宣告退出這場空間主導權的爭奪戰。

除了上述的政治因素，藝術界於 1997 年成立「華山藝文特區促進會」，透過一連串的遊行、展演、連署，向中央、省、市各級政府提出陳情，催生「華山藝文特區」的成立。而真正使這個爭取運動成功的關鍵是由於「金枝演社」導演王榮裕被捕事件的發生[12]，引發社會重大爭議。華山藝文特區促進會、藝文界人士因此會

[12] 金枝演社欲於 1997 年 12 月 4 日至 8 日舉行「古國之神－祭特洛伊」公演，導演王榮裕未在管理者公賣局的同意之下， 進入該場地進行排練與公演，遂在公賣局的檢舉之下，遭到警方以非法侵占土地之理由加以逮捕。

同民意代表、公賣局及當時的台灣省文化處進行協商，在進一步溝通後達成協議，公賣局同意將前台北酒廠的管理權交由台灣省文化處，而藝文界的聲音也獲得台灣省文化處的支持與回應，同意無償借用此地提供藝文使用。1998 年 10 月華山藝文特區促進會正式改組為社團法人「中華民國藝術文化環境改造協會」(簡稱「環改會」)，並邀請文化歷史、建築、都市計畫領域工作者加入行列。1999 年 1 月起，環改會獲得台灣省文化處委託，管理營運華山藝文特區，直到 2003 年為止。

三、 時代氛圍

除了前面提及的地理脈絡：因為土地利益而起的角力使得都市計劃政策失效，讓前台北酒廠長期處於閒置狀態，給予當代藝術人士進入華山空間的機會；另一方面，後解嚴時期台灣當代藝術界正醞釀著一股亟欲奔放、批判而狂飆的創作野心，加上 80 年代以來興起藝術創作尋求非制式展演空間的潮流，使得華山事件一旦出現，便迅速開啟了當時藝術與空間緊密交會的時代。

(一) 藝術與空間的關係

「華山藝文特區」的成立開啟我國「閒置空間再利用」文化政策的發展，並大規模引爆文化藝術與空間結合的議題。陳嘉萍(2001：28)指出閒置空間再利用潮流的導因有四：一、都市計劃積極開發再利用閒置公地。二、空間解嚴概念的提出。三、非制式藝文展演空間的需求。四、國際歷史建築活化再利用潮流的影響。而華山藝文特區的成立就是呼應這樣的時代脈絡之下，透過空間再利用實現藝術的重要案例。

80年代以來，視覺藝術圈正掀起一股尋求非制式、非主流展演空間的潮流。以視覺藝術來說，許多藝術家開始在公立展場、美術館及商業畫廊等主流展場以外，找尋自由度更高、帶有一些另類與邊緣性的「替代空間」[13] (alternative space)，替

[13] 例如成立於 1988 年的當代藝術發表空間「伊通公園」，由藝術家莊普、陳慧嶠、黃文浩、劉慶堂等人發起成立，租賃伊通公園旁的小公寓作為當代藝術發表空間。伊通公園具有較為明顯的邊緣與

代空間往往不以營利為目的，首重維持藝術創作的純粹性，其發表形式也較一般美術館或商業畫廊更具實驗性、自由性、免費使用機會高，因此成為新興藝術家增加曝光機會、累積社會及文化資本的重要場域(鄒淑慧、葉佳琪，2009)。

而另一方面，以表演藝術為例，80 年代台灣興起「小劇場」[14]運動，開始將劇場表演的環境與意境跳脫傳統的空間與形式，因此掀起了一股對於非制式劇場空間的演出需求。在空間意義上，「小劇場」指涉超越傳統場地的限制，破除舞台與觀眾間的藩籬，開創劇場表演的更多可能性，通常屬於製作成本規模較小的劇場；在精神意義上，「小劇場」旨在突破傳統文本式或框架式的表演方式，追求美學呈現的實驗性與議題的開創性，且其逃脫譁眾取寵的商業模式及審查制度的限制，企圖回歸原始創作與藝術表達的純粹性。有鑑於此，許多藝術家紛紛在主流展演空間以外找尋其他空間的創作可能性。而華山事件便是在這樣的社會氛圍與需求中迸發的產物。

(二) 解嚴之後－文化與空間解放

首先，從解嚴之後的文化氛圍談起，華山事件之所以受到藝術界人士快速響應，正是因為這樣的時代氣氛醞釀著蠢蠢欲動的創作力，一股反商業、批判性的藝術思潮興起。

> 「因為台灣在 90 年代解嚴之後剛好是一個能量迸發的年代，很多的藝術家需要場地去實現他們的計畫和理想，那正巧台北市中心有這一塊，所以幾乎所有的事情都集中在那邊發生，就是最前衛的喔！最激進的！還有這個跨領域的，都在這邊發生，所以基本上他們匯集很大一股能量。」(訪談記錄 A1)

另類性格，重視藝術家創作的純粹性。1990 年代期間，台灣現代美術館對於藝術的視野仍躊躇於傳統與現代之間，畫廊也普遍迎合收藏家口味。由藝術家組成的「伊通公園」具有強烈的冒險性與原創性，提供當代藝術界極為不同的精神視野與創新空間(王嘉驥，2008)。

[14] 台灣的小劇場運動是指 80 年代以後，從蘭陵劇坊和實驗劇展以降的新形態戲劇。70 年代末以吳靜吉為師，帶領一群無劇場背景的年輕人包括金士傑、李國修、卓明等，嘗試以擺脫劇本、集體創作、純粹以肢體表現的方式呈現現代戲劇。

「我覺得在那個時代如果沒有華山的話，大概第一個不會有一個全面的文化的自覺；第二個是不會有一個藝文界的大團結，大家開始來對抗政府，對抗商業，來這個地方創作的人全部都不會思考票房，全部都聚焦在藝術的原創性」(訪談記錄 A2)

再者，從空間的向度來說，1995 年首次政黨輪替的民進黨籍台北市長陳水扁提出「空間解嚴」的概念，目的在挑戰國民黨戒嚴時期由其主導使用的權威性空間，試圖將公有閒置地轉換成為全民休閒空間，替換空間原來承載的權威性與意識形態。(江世芳，1995)

總的來說，90年代以前，藝術創作在台灣社會顯得格外邊緣；之後隨著政治與文化氛圍的改變，許多藝術家急於創作情緒的表達，加以空間也在時代氛圍和政策導向下逐漸釋放，一些具有實驗性的藝術生產空間因此產生。對於初出社會的年輕藝術家來說，其發表作品的動機雖不亞於資深藝術家，但是並不容易進入市場考量導向的私人藝廊，原因是初出茅廬的新銳藝術家通常創作風格新穎、市場較陌生的作品，加上人脈較不廣闊，要在私人畫廊展覽的機會較少。因此本著強烈表達自己的渴望，替代空間成為很好的選擇(李俊賢口述、林佳禾整理，2006)。而華山空間也在此脈絡下，成為藝術新秀躍躍欲試的發表場域。

由於華山特殊的歷史背景，意外讓藝術生產力在各方政治力斡旋的縫隙進入該場域，輔以解嚴之後奔放的文化氛圍以及空間對藝術關係的解放，藝術家佔據這塊土地之時讓這一股創作能量在此空間著床。而華山藝文特區的產生雖然源起於天時地利的歷史偶然，但是在接下來的幾年內因為空間內創作自由性與網絡逐漸形成，使華山成為當時大台北地區當代前衛藝術的重要發表與創新平台。

第二節　創作網絡的群聚

一、 華山空間的群聚引力

華山之所以成為藝術家群聚的原因必須從空間與藝術創作的關係談起。Pierre Bourdieu(1993)指出展覽空間對於作品獨特的美感與評價性，藝術家作品的重要性須透過展覽空間的傳播過程才得以彰顯。這意味著展覽空間不只扮演藝術家闡釋意念的頻道，它本身就是一種社會存在的關係網絡(鄒淑慧、葉佳琪，2009)。因此空間的重要性往往不亞於作品本身，更甚者，我們可以說空間質地的展現就是藝術創作的一部分。

而華山地區之所以被藝術界視為寶地，便是由於偌大的空間輔以荒置的產業遺跡，營造著頹廢不羈的氛圍，成為唾手可得而蘊藏無限可能性的創作素材，加上閒置空間無所管理與限制的高度自由性，成為藝術家迷戀此種替代空間創作的原因。

首先，前衛藝術中對於「頹廢」的運用與表達，展現出對於當代文明社會的敵對與批判(Renato Poggioli著、張心龍譯，1992)。相對於「完整」的美感，廢墟代表一種時空的殘敗與錯置，通常在當下因為顯得格格不入而別具特色。因此許多藝術家常常喜歡進入無人看管、荒廢的閒置空間進行創作(圖2.2、圖2.3)。

> 「它跟一般廢墟不同的地方在於你仍然能夠看到產業發展歷史的壯觀性，但是一腳踏入它的內部時，卻可以從崩壞的痕跡中依稀感受到一種空洞的文本在等待被閱讀的虛無感」(王墨林，2002：6)

第二，高度自由性。所謂的自由性除了表示創意工作者可以不受限制地進行創作；更代表所有形態的創意都擁有相同的機會得以被發想或展現，這包含了最前段甚或尚未成熟的作品或概念。而此階段的華山藝文特區剛好提供了這兩項孕育創意的功能。

圖 2.2 華山園區四連棟外觀

資料來源：環改會提供

圖 2.3 華山園區廠房內部

資料來源：環改會提供

由於華山是一個閒置空間，長期無人看管，因此一旦藝術家進入便可以恣肆發揮。而環改協會管理此地時，也是本著不侷限藝術家創作的基本原則，讓各式各樣的創意與想法不受限制地在此發生，無論是各種視覺藝術、裝置藝術，或是以劇場、舞蹈、行動藝術、音樂等方式呈現的表演藝術，都在華山的空間裡交會，形成多元化的表現形態。

> 「藝術家最需要什麼？發表的平台，這個平台最好不要太多的限制，那可以自由自在創作，不要限制他做一些有的沒有的活動，第二個，他需要空間，這個空間包括了工作室空間還有展演的空間，那基本上華山這個地方很大，而且是廢墟，所以沒人管，藝術家反而有更多的可能性。」(訪談記錄 A1)

創意的起始常常來自於屬於個人十分天馬行空的想像，其發想過程與固定的規範及限制背道而馳。以前衛藝術這種打破傳統、帶有濃厚實驗色彩的前端創意而言，往往好發於高度自由的創作環境。而這個時期的華山剛好扮演了這樣孕育創意的搖籃。「像這種比較具實驗性和創新、前衛的這些藝術呢，它更需要有一塊這種溫床喔！.....讓能量能夠聚集，其實是當時華山唯一成功的地方。」(訪談記錄 A1)

再者，環改會經營華山藝文特區時期採取十分開放的方式，對於欲在華山進行展演的申請幾乎無所限制，也不加審查，各式各樣從幼稚到成熟的作品皆可在此發

表。這個階段中，80%的藝文活動都是開放外部申請，由於手續簡便，提出申請的藝文團體只要不涉及公共安全疑慮，幾乎都能夠使用該場地，加上不收取場租，只收取每場次 1000 元的清潔費用(蔡美文，2004)，使華山地區成為許多藝文團體及藝術、設計相關科系趨之若鶩的展演場所。

> 「因為我們當時來者不拒，而且不審喔! 什麼都可以，我們沒有排他……藝術是不能有所謂的界線，尤其是年輕藝術家，它還不成熟，你就給他機會啊!…… 一個原則是 Art can be anything, don't set a limit to art。」(訪談記錄 A5)

而由於當時藝文團體申請演出補助往往需要展演場地證明，華山空間的低門檻適時協助許多藝文展演獲得補助、演出，提供年輕藝術家及較為弱勢或剛起步的藝文團體展演與茁壯的機會。

> 「有一半是年輕藝術家的展演，其中大概百分之七十都有來自國藝會或是台北市政府的補助，他們多半都會說你有空間展演的證明才會有(補助)，所以他們的空間證明從我們這邊拿到，然後就可以拿到補助，能夠演出、展覽。」(訪談記錄 A5)

二、 創新機制

區域的創新行為有賴長期的知識和經驗累積成為當地視為常規化的「隱性知識」外，也要透過人員之間的網絡關係建立信任，轉化既有的知識加以創新(王振寰，1999)。以下將從「地理鄰近性」強化網絡的信任與隱性知識的傳遞，來解釋華山藝文特區時期的互動式學習與創新機制－「跨領域」的創新模式。跨領域創作就是來自不同領域的藝術創作者例如：視覺藝術、音樂、舞蹈、戲劇……等，在此空間透過作品的交流與對話，將各個領域的技能相互結合，創造出嶄新的作品，這便是將既有知識以新的方式組合，形成創新(Lundvall, 1992)。而華山這個實體空間正好扮演了「知識與想法的匯集、儲存者，提供強化知識、想法和學習的基礎環境架構」

(Florida, 1995：528)。另一方面，90 年代末期台灣當代藝術界與國際網絡交流頻繁，這種在地連結全球的藝術網絡與華山實體空間相輔相成，成為當時台灣當代藝術界主要的交流、創作模式。以下將分別從(一)跨界創作網絡；(二)地理鄰近性；(三)國際－在地網絡連結，來觀察華山此階段的創新機制。

(一) 跨界創作網絡

1997、1998 年前後許多視覺藝術家學成歸國，將國外所學經驗移植台灣，開始尋找跳脫美術館的非制式空間進行創作，藝術家網絡在此時有了開端。而華山地區的藝術網絡串連始於視覺藝術領域，後來過渡到亦積極尋求場地的表演藝術界。匯川劇團團長張忘因從事舞台設計，與許多表演團體搭配合作，於是開始嘗試讓視覺藝術及表演藝術的創作者相互交流、對話，創造新的藝術形式(圖 2.4、圖 2.5)

圖 2.4 跨界藝術創作－
「逐墨」加「歸零」的儀式

資料來源：環改會提供
(註：結合書法、音樂、戲劇、肢體表演的跨界藝術創作，舞者以肢體展現生命回歸原始狀態的渴望。)

圖 2.5 跨界藝術創作－
「頹箱異典」與「舞動生命裝置藝術」

資料來源：環改會提供
(註：舞蹈空間舞團製作舞碼「頹箱異典」與張忘「舞動生命裝置藝術」是結合舞蹈表演與裝置藝術的跨界創作。)

創意的發生除了來自於個人的靈感以外，亦可透過既有知識的結合與互動來激盪，而華山的「跨領域」網絡便成為驅動這種互動學習機制的重要途徑。在這個實體空間裡，貫穿不同藝術領域的非正式關係網絡彼此互動，對內形成認同與歸屬感，

也透過集體的互動學習，強化了此地區的創造力與創新能量，構成所謂的創新環境。

「用跨界的方式，不是說我當導演，而是大家一起來做創作，你的部分是獨立的，我的部分是獨立的，可是我們可以有個過程，跨界就是我跟你結婚，但是我們要先放棄每一個人的觀念和背景，然後我們兩個人就要磨合，然後才真的相容。所以跨界這個概念其實就是在大師還沒有形成之前的過程。」(訪談記錄 A2)

另一方面，呼應文化創意產業異質混和的特性，不同領域的表演者及創作者也在互動的過程中交換社會資本及文化資本，促進創新作品的完成。

「你在那邊不會只碰到畫家的，你可能會碰到搞 band 的、還有寫歌詞的，大家和一和就認識啦！那比如說我今天 band 的要出唱片，要唱片封面，那我找那個誰來做就是唱片封面啦！那那個誰來幫我導個戲吧！它會有一個自然的場域形成。.....就是你要讓它有這些可能性，而不是侷限它的可能性。」(訪談記錄 A1)

(二) 地理鄰近性

實體空間對於藝術創作來說甚為重要。藝術家需要可以進行創作或發表的空間，而更多時候，實體空間的特性更決定了作品如何被生產與其展現效果。雖然新興媒體科技可以扮演某些載體的角色，但是一種根基於場所特性或氛圍而營造出的聲光效果或感受卻是無可取代的。有鑑於此，精神性與感覺的營造，往往是藝術創作以及其它文創產品、服務的核心關注。因此藝術家往往高度依賴某些創作場所特性，而傾向於集中。事實上，觀眾更常常必須現身實體空間，才能感受創作者的創作概念並與之進行對話。

「比方說威尼斯藝術節以造船廠做為他們的主館，或是亞維儂藝術節就以亞維儂的舊皇宮作主館，然後再往外擴展。每一個藝術節或是藝術的網絡也好，它都一定要有一個據點，定點、定時，固定的時間會

有一個主要的活動，然後有一群固定的人長時間去經營是必要的。」(訪談記錄 A2)

除了上述藝術創作對於地理特性的依賴，實體空間有助於促進人與人之間「信任」關係的建立與「內隱知識」的傳遞，以下將分別討論：

首先，創作者因為群聚於華山空間讓原有的藝術網絡更為鞏固並擴充，產生集體認同與歸屬感。而這種藝術社群內部的信任關係更進一步強化了互動學習機制。

「很多藝術家的養分在這裡開花結果，那時候養成了很多現在的當代藝術工作者，所以對這裡都有一定的感情。」(訪談記錄 A4)。

「華山以前那個時代，我們在哪裡辦展覽哪有人知道！以前是一圈一圈的小圈圈，有了華山以後變成一個大圈圈，所以華山這個能量事實上是很奇妙的。」(訪談記錄 A2)

再者，地理鄰近性除了強化網絡的信任關係，華山空間也讓許多無法符碼化的內隱知識得以被交換與取得。創作者們必須透過面對面溝通與互動，才能不斷修正、激發創作過程中相互流轉的意念與訊息，同時透過實際演練，將抽象的概念發想轉化為作品的呈現。舉例而言，根植於人類身體機能運用的技能便是典型的隱性知識。不管是戲劇、舞蹈、打鼓、演奏.....等表演藝術的創作與練習便需要運用大量的身體技能，因此許多創新的作品便在此空間產生。此外，藝術創作往往牽涉創作者內在思維、情感、直覺等方面的因素，這些異質的認知因素也在空間裡進行溝通與對話，形成此藝術聚落的創新模式。

「華山還特別推動一種『實體網絡』具體面對面的交流及透過直接的交流、撞擊所形成的『藝術生產』後『生活理想』的生產，.....人的直接交流變成了一種『補充』與一種『解藥』。.....他是一個『有機

的生命』，一件永遠在創作、在累積的『生態作品』」(黃海鳴，2002：3)

(三) 國際－在地藝術網絡連結

90 年代初期台灣當代藝術能量高漲，與國際當代藝術網絡交流頻繁，國內藝術家以華山空間為基地，透過國際藝術節、展演、演講……等交流活動，使得台灣藝術家的作品得以在國際藝術界嶄露頭角，而藝術家們也帶回國際藝術創作及經營的經驗，將之實踐於華山空間，成為此地區從事跨領域創作與累積能量的途徑。

首先在表演藝術領域，文建會於 1994 年開始推動台灣表演藝術團體走上國際舞台的政策，並積極與國際重要藝術節慶單位交流(聯合報，1995)，此項政策到了 1998 年有了指標性的成果。1998 年，法國亞維儂藝術節[15]（Festival d'Avignon , France）以「慾望亞洲」為主題，廣邀亞洲各國表演藝術團體前往參與。該年度以台灣為主軸，邀請我國八個表演藝術團隊演出四十多個場次，並廣獲好評：亦宛然、小西園、復興閣三個偶戲團，以及優劇場、無垢舞蹈劇場、漢唐樂府、當代傳奇劇場、國光劇團等(聯合報，1998)，成為我國表演藝術團體首次登上國際舞台嶄露頭角的經驗，而藝術家們也在此過程中獲得彼此串連的基礎，將國際的表演藝術經驗帶回華山。

「那一年台灣很紅，全台灣的藝術家、行政人才、文化界的人都去那邊朝聖，……因為這樣的淵源，那些本來在台灣玩的團體突然聚在那邊浮出檯面了，……我們進入那個藝術節的核心，看到人家怎麼操作、經營藝術節，怎麼樣發展藝術的面貌。所以這些團隊我都把他們邀進來(華山)做創作，有很多單位就是從那個地方開始慢慢找到他們的起點。」(訪談記錄 A2)

[15] 亞維儂位於法國南部隆河（Rhône）下游地區，為普羅旺斯（Provence）西邊小城。創始於 1947 年的亞維儂藝術節源自於非劇院演出的構想，以推出富於實驗性、前瞻性的演出為特色，因此發掘了許多新作，成為全法國、乃至於全世界表演藝術的重鎮。

另一方面，以視覺藝術界來說，華山確定做為藝文用途之後，開始聚集頻繁的創作與展演活動，曾經擔任環改協會理事長的藝術家蕭麗虹一方面發揮國際專長，接受文建會委託從事國際閒置空間再造的個案研究，此外也時常受邀於國際藝術界，積極將華山地區的經營經驗宣傳到國際，使得華山藝文特區在此時期進入國際前衛藝術領域的網絡之中，並且成為亞洲地區指標性案例。

> 「我們已經做到亞洲裡面第一個這種大型空間在 downtown 的 regeneration 是有名的了，其他城市都沒有，香港都沒有。因為有華山，香港才會有油街，有了油街才會有牛棚[16]，所以他們過來看我們怎麼做，然後歐洲的、荷蘭的、倫敦的、德國的建築師他們都來看。」(訪談記錄 A5)

除了將華山向外推展，藝術家也積極邀請國際的藝術策展團隊與藝術家進入華山展演，透過在此空間的交流，激盪藝術創作的火花。而華山地區在幾年之內所累積的創作潛力與能量也開始獲得某些國際藝術家的認同與關注。

> 「日本那麼有名的策展人南條史生[17]他自己都服了，帶他的日本團隊來看我們的展覽，然後就說 if you want to see something new, fresh and unusual, go to huashan. 所以華山有好幾個國際的策展人同意我們做的東西是 unusual 的，那種 value 是我們最大的成就。」(訪談記錄 A5)

然而，雖然當時華山的前衛藝術網絡與國際當代藝術界的連結頻繁，促成許多創作交流與對話的發生，「我們當時是前衛藝術(avant-garde)的 incubator，前衛藝

---

[16] 香港北角油街是 1998 年藝術家抗爭爭取前政府物料供應處舊址成為藝術村的案例，後來政府於 1999 年要收回此地區，令當時不少藝術家失去工作室，於是政府撥出土瓜灣的牛隻檢疫中心—牛棚，出租給藝術團體作為工作室，成為現在的牛棚藝術村，並且成為中國日後發展創意園區的重要參考。

[17] 國際知名藝術策展人南條史生（Fumio Nanjo）為專業藝術評論家、獨立策展人、慶應義塾大學與東京造型大學講師。1998 年台灣首次舉行「台北國際雙年展」便邀請南條史生擔任總策展人。南條史生曾經對於台灣策展人黃海鳴於 2002 年企劃的華山藝文特區雙年展「驅動城市」表示肯定，此計畫主要邀請台北、花蓮、台中、嘉義、台南、高屏各地藝術家，以區域主題館方式聯合策展。

術就是要關起門來我們自己對話，然後來跟國際的前衛藝術來對話(訪談記錄 A5)」但是也由於前衛藝術的侷限，無意間也形成了排他性，無法使其他類型的藝文活動進入該場域，而前衛藝術的另類特性也因為缺少與周邊社區的連結與互動，形成封閉的前衛藝術創新社群。

「我們變成很封閉的前衛藝術和前衛藝術的對話，水墨的人也不想在這裡展，做比較傳統工藝的人也不會來這裡展，我們自以為是 open to all，可是他自然就不來了」(訪談記錄 A5)

總結來說，華山於此階段的創新機制根植於這個實體空間。受到此地區老舊建築與特有氛圍的吸引，創作者群聚於此，而建構在這種地理鄰近性上的，是集體認同和信任關係的鞏固、知識學習與交流的強化，進而以此為基礎，讓創新網絡進一步向國際輻射，形成在地與國際藝術網絡的連結。然而這個與國際前衛藝術連結的創新網絡卻因為缺乏與在地社區的互動，而成為封閉的創新系統。

三、 當代藝術的創意育成中心

華山意外成為台灣當時當代藝術的集結地之後，伴隨著解嚴後的時代氛圍與創作渴望，此地區成為跨界藝術社群趨之若鶩的創作基地，而華山的空間特性與話題性也快速吸納大量的藝術創作能量湧入，成為當代藝術孕育創作的孵育器。「這些檯面上的人物幾乎都在華山玩過，那個時候參與的現在可能都是國際級的(訪談記錄 A4)」

「現在檯面上的團隊或藝術家，百分之九十九都會說我曾經跟華山有一點關係，不管草創也好，參與創作也好，或是在這個地方做過發表也好，或者是來看過表演也好，都有關係。幾乎沒有人會說：什麼叫華山？很多單位就是在這個地方開始找到它的起點。」(訪談記錄 A2)

這樣的聚集活動與網絡連結讓許多具有潛力的創意人或藝術團體有了萌芽與茁壯的機會。以表演藝術來說，許多小劇場或實驗性團體就是在此地發跡、養成的，例如：優劇場劇團、身聲劇團、匯川劇團、世紀當代舞團、創作社劇團.....等都曾經在草創時期於此地發表演出。

以視覺藝術來說，無所限制的低門檻自由環境提供許多年輕藝術家發想、創作與展出的機會，華山也成為許多年輕藝術家及策展人的啟蒙之地。

「我們推的就是幾米的 No.2 No.3.....，我們的確已經發現在藝術得獎的、有產品、設計展的，很多年輕人的第一次是在這裡的，在國際雙年展的藝術家、或是國際有名的藝術家，很多人的第一次是在這裡。去年台北雙年展的策展人徐文瑞，他第一次策展就是在這裡，.....所以 you have to give them the chance to try」(訪談記錄 A5)

再者，此地區的低進入門檻容納各種草創、實驗性的作品於此發生，除了新興表演團體爭相朝聖，許多美術、建築、景觀、設計、戲劇.....等藝術相關科系也競相選擇此地區舉辦畢業展演。

「通常四月、五月、六月這三個月都爆滿，都是畢業展，全國的。尤其是南部的，它沒有辦法在台北曝光，世貿很貴的，那我們那邊只是拿管理費，清潔費，它可以展覽展一個月，同時最多有六個學校一起展。大家也可以看到對方的東西，就是會有比較，然後所有的廠商和投資的人，就會來找年輕的設計師，那等於是一個平台嘛！那個 value 有多大？」(訪談記錄 A5)

文化藝術需要長時間的和大空間的累積與養成。就時間向度來說，文化藝術往往來自於長久的底蘊累積，無法在短線的經濟效益考量下運作；就空間面向來說，包含實體的創作、展演空間和抽象的自由創作、發想空間。特別是實驗性強、原創性高的創意更是需要這樣的時空條件使之成熟。

「原創本來就是一個粗糙、實驗性的，可是如果以後全世界很多經典的東西、流行的東西，很多不錯的品牌，其實都來自於一個原創，而那個原創者多數是來自於台灣，那台灣就變成一個原創文化的王國。」(訪談記錄 A2)

因此華山當時若能夠扮演這樣的創作育成搖籃，便是由於它充分提供了原創創意需要的時空環境與養分。

第三節　國家角色與政策

一、 文建會委託代管

「金枝演社」導演被捕事件將華山爭取運動推向高峰，官方單位開始與藝文團體、民意代表進行協商，1998 年 4 月 22 日公賣局委託台灣省政府文化處管理維護此地區。精省之後，1999 年 1 月文建會中部辦公室(改組自前台灣省政府文化處，爾後併入文建會)正式將此地區委託藝文人士組成的「中華民國藝術文化環境改造協會」代管。

在環改會管理華山藝文特區期間(1999 年 1 月~2003 年 11 月)以政府採購法實施，政府依法招標並通過公部門審核之後，代管單位履行其提出計畫進行空間的規劃與管理。此階段文建會採取「完全委外」的管理方式(陳嘉萍，2001：42)，限定空間作為公益或教化性藝文活動之用。因此，華山此時期的空間發展與經營主要由環改會全權主導，主要必須負起空間的規劃、公共安全、藝文推廣等工作，文建會則扮演監督與輔導的角色。

在補助經費方面，文建會依代管單位所送交的營運管理計畫書，進行預算的編列與補助，每年給予環改會約 500~700 萬不等的管理費用，做為硬體整修與軟體、人事支付之用。環改會是非營利單位，以藝術、建築、都市發展、文史背景為主的

理監事會為決策核心，主要進行以當代藝術為主的藝術社群服務工作，滿足藝術工作者與藝術愛好者的需求，因此不具有營利與商業色彩。

二、指定古蹟

自從 1998 年 4 月 22 日公賣局委託台灣省政府文化處管理維護華山園區並作為藝文之用，簽下「土地及地上物暫時委託管理契約」，雖然暫時擱置了空間使用的爭議，但是幾年下來，各方競逐土地產權的聲音不斷：立法院的遷院計畫到了 1999 年 6 月才確定要遷往仁愛路空軍總部現址，而國有財產局也曾於 2000 年以中央聯合辦公大樓預定地為由，質疑華山藝文特區空間使用的正當性(聯合報，2000)。在此情況之下，藝文團體為了使華山地區成為永久的藝文用地，開始尋求將此地區廠房指定為古蹟的可能性，於是他們向地方台北市政府提報，企圖影響華山建物被指定為古蹟，以防此地區被拆除或作為他用。「當年這個地方是立法院的機關用地，那你要去克服很多問題，你要去把他指定古蹟，你要去把它變更地目，那這個都要跟都發局、文化局合作的。」(訪談記錄 A2)

然而華山指定古蹟的事件，也引發了中央文建會與台北市政府文化局的一些角力，以華山土地權屬中央但是卻位於台北市中心的複雜角色來說，台北市政府唯有透過建物法規與都市計畫才能發揮影響力，而藝文團體這個時候與台北市政府是合作無間的；那麼就中央文化主管機關被地方政府要求要執行古蹟的維護，某種程度勢必限制其規劃與開發的計畫，讓文建會感到不以為然。

2003 年 1 月台北市政府文化局將華山地區烏梅酒廠、三樓高塔試驗室、煙囪指定為市定古蹟，並將米酒作業廠、四連棟建議登錄為歷史建築(圖 2.6)(聯合報，2003a)。

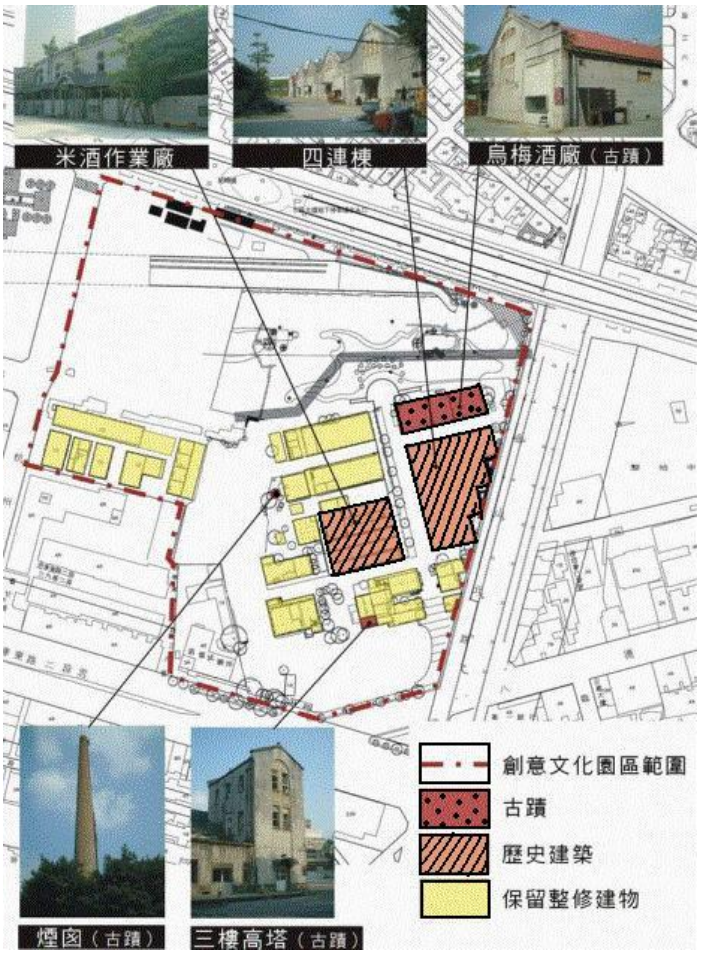

圖 2.6 華山園區古蹟、歷史建物示意圖

資料來源：引自新台灣藝文之星網站，作者修改
http://www.cca.gov.tw/cforum/culture_meeting4/culture_meeting4.htm

華山建物被指定為古蹟及歷史建築之後，一方面免除了廠房被拆除的可能，然而另一方面也因此使管理單位在整修硬體建物時必須受限於文物資產保護法，加深了建物整修的時程與法規之繁複程度。

第四節　藝術社群主導空間發展

一、 空間定位與規劃－創作導向的「創意工廠」

這個時期的華山園區由藝術社群主導，因此空間的使用往往也從創作者的角度來考量。環改會前理事長黃海鳴曾以「創意工廠」概念來定位這個時期的華山園區，

主要提供各項藝文資訊與服務，建立藝文團體與創作個人在此創作、表演的平台，促進跨領域交流與教育推廣功能，並且透過與社區互動將此空間營造成為全民共享的藝文空間(黃海鳴，2002：24)。由於華山鄰近專營販售電子產品的光華商場，因此環改會初期的想像是希望將華山建造類似於法國「龐畢度文化中心」的開放性藝文空間，讓周邊的商店跟藝術家結合，並且連結光華商場，吸納年輕人族群。

就價值鏈的位置來看，藝術家進入華山地區創作，空間扮演前端研發創意、生產藝術的角色；就性質來說，這個時期華山的藝術活動多屬於前衛、實驗性、非商業性的純藝術創作；而就功能來說，非營利組織希望此地區成為育成創意、教育推廣、與社區連結的跨界藝術交流、服務平台。因此，環改會也徵求非營利藝文組織進駐華山(表 2.1)，使得藝文資訊與資源可以相互流通與分享，並提供藝術社群相關的服務。

表 2.1 華山藝文特區時期進駐之藝文團體

進駐團體	服務內容
中華民國藝術環境改造協會	因爭取華山酒廠成為藝文用地而成立於1998年，由一群視覺藝術、表演藝術、建築景觀、電影創作、藝術教育等資深工作者發起並組成。1999-2003期間，環改會經營管理華山藝文特區，使華山藝文特區成為前衛實驗藝術的試煉場。
中華民國視覺藝術協會	成立於 1999 年，由視覺藝術創作者、策展人、藝評人、藝術理論工作者、藝術行政工作者與藝術教育工作者組成，其業務範圍為提供視覺藝術工作者生活福利、專業資源訊息、法律諮詢等相關服務事項，同時致力於開發、整合並監督視覺藝術環境現有資源、建立藝術工作者與政府間的諮詢與溝通管道，並促進雙方良性互動之關係。
中華民國畫廊協會	成立於1992年，業務內容除每年舉辦「台北國際藝術博覽會」以外，亦從事畫廊產業推廣、研究及國際行銷、公部門之政策顧問、鑑定鑑價服務，並提供會員藝術市場資訊、協助會員國外參展與爭取政府補助之服務。

台灣女性藝術協會	成立於 2000 年，協會成員結合了藝術創作、藝術行政、藝術評論、及藝術教育等專業領域之工作者，服務內容為從事國內女性參與藝術產業資料之收集、調查、整理、分析與出版，爭取、整合藝文界現有資源，推動及協助女性在視覺藝術產業中的研究與發展。

資料來源：
中華民國藝術環境改造協會網站
http://www.art-district.org.tw/aboutus.html(2010/01/24)
中華民國視覺藝術協會網站
http://www.avat-art.org/web/about/index.htm(2010/01/24)
中華民國畫廊協會網站
http://www.aga.org.tw/(2010/01/24)
台灣女性藝術協會網站
http://waa.deoa.org.tw/ch-html/html/05-organization-01.htm (2010/01/24)

環改會經營期間採取局部整修方式，因為經費有限，並無使用到華山所有空間(圖 2.7)。初期用到行政大樓、烏梅酒廠、果酒大樓三棟建物；之後加入四連棟和藝術大街，到 2001 年使用空間接近 2000 坪左右(中華民國藝術文化環境改造協會，2006)。

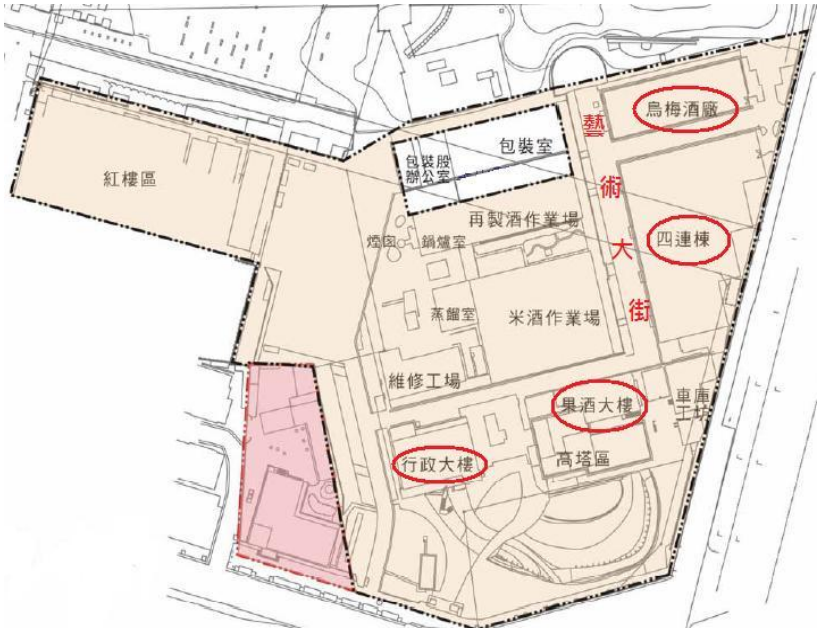

圖 2.7 環改會代管時期使用空間示意圖

資料來源：引自文建會華山 BOT 計劃案網站，作者修改
http://www.cca.gov.tw/images/activity/2010/20100310/download2/app03.pdf(2010/05/30)

二、 經營挑戰

第一，經費有限。在硬體方面，華山廠區經過十多年閒置的時間，多數建築已經殘破不堪，除了有嚴重的漏水，結構的壞損與排水系統的阻塞更是一大問題。除此之外，廠房進入荒置時期也早已斷水斷電，因此管理單位必須率先整理硬體環境與水電問題，成為經營團體的一大挑戰；在軟體方面，由於環改會是非營利組織，礙於法令規定，無法也不擅於從事營利行為，憑藉文建會每年給予 500 到 700 萬左右的補助經費，必須支付一整年的人事費、整修費、水電費與活動業務費，使得該協會在空間與人才的施展與運用上都較為有限。

第二，藝文使用正當性受質疑。華山藝文特區高昂的地價一直是其作為藝文用途的最大爭點，由於非營利組織經營時期旨在提供藝文服務，不反映經濟效益，自然會因為座落黃金地段而受到質疑；此外，華山地區為國有土地，一度被指定為立法院機關用地，因此不免讓外界質疑，何以藝術家能夠佔據此地恣肆使用?

第三，由於華山藝文特區時期於此地進行的藝術創作展演活動有很多是屬於前衛、批判、實驗性的創作，而前衛藝術旨在破舊立新、傳達嚴肅的創作理念，其呈現方式往往極為另類、大膽、強烈、顛覆傳統，因此在一般人眼中常常顯得離經叛道。加上華山藝文特區的藝術活動並未受到限制，因此藝術表演尺度的爭議常常躍上社會新聞版面，例如此地區便曾因為出現「裸舞爭議」而受到社會大眾關注。藝術家視為「驚世駭俗」的表現傳達到圈外人的眼中亦可能只留下「傷風敗俗」的解讀。由於華山活動不時隱含的爭議性與神祕性，一方面來說，環改協會疲於奔命應付來自於外界的檢舉和質疑；另一方面來說，周邊的居民往往也因此卻步，對於此地區的互動與交流也十分有限，因為一般民眾與這個前衛藝術園地的認識與對話並未完全開啟，華山藝文特區不如環改協會所預期的規劃，成為「全民共享」的交流園地。「最黃金最黃金的地帶，你做文化藝術都已經是小眾，你還做文化藝術裡面的小眾。」(訪談記錄 A5)

因此總的來說，經費限制、黃金區位的經濟回饋壓力、小眾藝術的距離性、與不符合一般民眾的期待等因素相互交叉的矛盾，成為當時管理單位最大的挑戰。

第五節　藝術家主導、官方被動配合的合作關係

華山藝文特區從抗爭到成立，藝術社群扮演了關鍵的推動與主導角色，形塑著一種由下而上的民間發動模式。因為時代氛圍與社會事件的偶然擦撞，藝術家得以進入該場域，進行以藝術創作考量為先的空間規劃。他們所主導的華山提供當代藝術創作者充分的可親近性和創作自由性，其任務也多以服務藝術社群及展演活動為主，使得此地區快速吸納了大量實驗性的藝術創作，構成了一個帶有強烈性格的前衛藝術創新聚落；然而，也由於前衛藝術的小眾特性使然，這種可親近性對於一般民眾卻顯得不足，所以此空間並不如預期成為民眾充分參與、全民共享的園地。

在此階段，另一個發揮功能的角色便是國家力量；然而相較於藝術社群的主動性，官方力量較為被動。由於華山事件引爆時成為社會爭議，官方只希望將此地區託付給藝文界管理，弭平異議，對於此空間並沒有太多的看法與主張，因此國家角色於此階段主要扮演輔導與監督的角色，其所發揮的功能是在藝文團體的壓力之下，經過妥協，將複雜的土地產權問題擱置，把空間的藝文用途確立，並且提供場地經營管理的費用與輔導。

大體而言，這個階段的藝術社群與國家角色形成穩定的互動與合作關係，由於雙方的立場皆為推動華山地區成為藝文推廣的非營利園區，其利益取向與立場並不相互違背，因此兩者互動呈現一種藝術家主導、官方被動配合的合作關係。

更細部談，中央主管單位、地方政府與藝術社群的互動也稍有不同。以前者主管機關來說，文建會將空間經營全權委託環改會管理，唯有當前衛藝術尺度遭受社會爭議時，文建會才會主動進行監督；另一方面從區位所在地來看，藝術社群與台

北市政府的合作關係亦十分緊密，無論是古蹟的指定、都市計畫等硬體規劃，都牽涉到地方政府的態度。「文化局局長是龍應台，那龍應台跟我們的關係非常好，也非常能溝通，因為他知道我們藝術界的想法，可以跟他合作，.....所以龍應台跟文化人很 close。」(訪談記錄 A5)。華山地區雖非台北市政府管轄地，但是藝術家與台北市政府文化局的良好互動使其在尋求市定古蹟的確立與弭平藝術尺度爭議等事件獲得許多來自於地方政府的協助支持，反倒是台北市政府文化局與文建會於古蹟指定事件中出現了角力。藝文特區的建立由藝術社群與官方力量共同發動，但因為此時期尚無產業化的需求與跡象，因此企業的角色在此階段是缺席的。

從空間的形貌來看，歷史偶然下形成的華山藝文特區意外成為當代藝術界的創新育成中心；從文化藝術發展的角度來看，華山給予法蘭克福學派所說的嚴肅文化、前衛藝術一個生存的空間，在不迎合商業導向的群眾口味之下，創作者以追求作品的原創性為主要依歸，傳達藝術家所謂深刻的精神性；此外，創作場域內的相互激盪培育出許多原創性及創意人才。此階段的華山藝文特區生產的不是可觀的經濟產值，而是難以數據計量的文化價值。

那麼從價值鏈來看，此階段的華山旨在提供創作者創作、展演、激盪的空間，孕育許多新的作品與概念，因此可以將它視為價值鏈的前端，而這個創作端裡提供了充分的自由性，使得各種形式草創的、實驗性藝術以及創作網絡得以著床，並且以此為基礎形成國際當代藝術網絡的連結。由此可知文化創意的孕育仰賴長時間的和大空間的累積，前者指的是草創的意念與精神需要時間成長，同時不因立即的商業回饋要求而被壓縮；後者指的是高度自由的創作與發表空間。而這個創新聚落所累積的藝術能量也成為日後政府想要將此地發展成為文化創意產業園區的基礎。

第三章 國家介入與園區轉型(2003 年~2007 年)

本章主要梳理 2003 年國家決定將華山轉型成為產業園區之後，收回主導權及政策流變的過程。這個階段的華山走向由政府主導，然而由於政策更迭，文建會對於軟體規劃始終沒有提出一個延續性的確定方向，直到 2006 才確定以促參法委外經營；明顯的投資成效顯現於硬體舊建物的整修之上。華山園區於此正式進入產業化進程，由於產業化的價值取向差異與對於政策看法的分歧出現，藝術家社群與國家的關係出現緊張。而企業角色於此階段首次出現，橘園國際策展公司在此轉型階段扮演藝術與商業的媒合角色。

第一節　國家角色與政策流變

一、 文建會的角色：從文化建設到產業發展

台灣在戰後並沒有將文化做為一個獨立政策的思維，直到 1981 年行政院成立「文化建設委員會」為止(劉永逸，2008)。1970 年代後期，台灣在經濟發展有了卓越的成績，政府為了進一步提升國民生活素質，將文化列入十二項建設計畫，文建會便是在這樣時代脈絡下成立的專責機構，負責文化建設與文化政策的推行。郭為藩(2006)將我國文化政策的發展分為三個階段：1. 戰後來台至文建會成立之前；2. 文建會成立之後至 2000 年第一次政黨輪替前；3. 第一次政黨輪替之後。

文建會成立之前，台灣的文化政策由國防部政戰部門和社會教育部門主導，以「軍中文藝」與「中華文化復興運動」等帶有強烈國族主義的思潮為依歸；直到 1980 年代文建會成立以後，台灣的文化政策才逐漸擺脫強烈的政治意識型態，進入「現代主義」的時代。現代主義可以從藝術思潮和社會變遷兩個層面來理解，前者指的

是 1880 年代到 1930 年代左右的藝術創作風格，指涉藝術實驗和創新，是對於同時期傳統與通俗文化的反動；後者指的是政治社會生活走向理性化、科層官僚化的過程(Brooker 著、王志宏、李根芳譯，2003)。因此文建會於此階段的主要業務是透過分工精細、科層化的官僚體系，採取中央控管主導模式，提供藝文工作者與團體行政專業服務與獎補助、辦理重要的藝文活動等，主要挹注「精緻藝術」的培育與推廣，服務掌握文化資本的精英階級，例如 1992 年「文化藝術獎助條例」的立法與公佈。

1993 年可以說是台灣文化政策另一個分水嶺，經過了前述「國族主義」到「現代主義」的發展階段，1993 年由於時任文建會主委申學庸對於「社區總體營造」觀念的提出與執行，使得這個時期的文化政策走向與時下的社會經濟發展情勢相互呼應，進入一個「去中心化」的階段(揭陽，2006)。由於經濟發展連結全球脈動，國家強權控管也逐漸式微，來自台灣社會由下而上的群眾聲音挑戰著文化政策中中央主導的態度，文化事務不再是中央獨有，文建會開始重視社區意識與社區文化的發展，省屬文化機構併入文建會，縣市文化中心改制成文化局。社區總體營造是以振興地方社區為目標，以社區為對象，以文化藝術為切點，視「產業文化化、文化產業化」為手段的發展策略，成為日後提出「文化創意產業」概念的伏筆。文建會將藝文發展的目標放在社區層次，著眼於文化權的下放，以及精緻文化的厚植。

2000 年第一次政黨輪替，民進黨政府除了更為強調地方文化與台灣本土意識，政黨輪替後的首任文建會主委陳郁秀更倡導「文化創意產業」的觀念，首度明確地將經濟發展議題納入文化政策，目的在於透過現代化的經濟產銷經營模式結合文化藝術的創作，發展出一套產業運作方法，從在地文化出發進而開發國家品牌特色的創意產品，強化國家在國際領域的競爭力，擴大產值與就業率，提升國民生活素質（文建會，2004b)。揭陽(2006)雖然指出文化創意產業的重要性不在賺錢，而是讓「文化」與「產業」能夠重新思考，使文化與創意提升產業的品質，也讓產業的誘因刺激文化的累積；然而產業發展成功與否的指標不免必須回到產值與就業率

數字的統計。對於這個新興的產業潮流，文建會從精緻文化的推廣補助單位開始負起經濟發展與創造產值的責任，在角色學習與調適的過程中重新思考「文化」與「產業」的關係。

而隨著知識經濟時代的來臨，2008 年第二次政黨輪替更沿襲「文化創意產業」的政策脈絡，並且為此政策口號搖旗吶喊，文化創意產業儼然成為一門顯學，並且成為文建會重要的施政方針。

然而回溯台灣文化政策發展的脈絡，雖然執政者每每宣稱文化立國的重要性，但是從歷年來中央政府的預算與資源分配來看，文化部門往往受到冷落。除此之外，文化建設與產業發展都是有賴可大可久的施政理念與政策落實來達成，然而回顧文建會歷任主委的任期，29 年以來經歷 12 任主委，除了第一任陳奇祿主委任期 7 年以外，1993 年起由於國會全面改選與之後的總統直選，內閣人選為反映民意而多有更換。文建會在民進黨執政之後更經歷一段人事安排頗不安定的狀態，陳郁秀穩定地完成 4 年任期，爾後經過陳其南不滿 2 年、邱坤良不到 1 年半、翁金珠不滿 1 年，王拓任期更只有 3 個月。二次政黨輪替之後黃碧端任期 1 年半，現任主委則是盛治仁。

總的來說，文化創意產業是一個新興的潮流，文建會尚在釐清產業內涵，正由一個培育精緻藝術、推動社區意識的文化建設者，開始要負起立法院所指定的經濟發展產值責任，進入一個自我角色與權責的探索階段，尤其若面臨人事安排與政策延續的不穩定時，不免使得產業發展欲振乏力。而這樣的情形在華山的發展脈絡中便可窺見一二。

國家角色對於早期的華山藝文特區是採取被動的放任方式，除了提供土地給予藝文界使用，對於空間的規劃全權尊重藝術社群；而到了產業園區轉型之際，國家角色轉而積極介入，文建會於此進入一個定義「何謂創意文化園區？」的摸索期，陳郁秀主委在原來藝文群聚的脈絡基礎上，希望加入一些商業活動；陳其南主委則

以台灣過去的成功發展經驗為依歸，以文化創意產業新型的「科學園區」概念投射華山，因此規劃在此地大興土木、投資硬體；邱坤良主委則將華山委外經營，希冀透過民間企業的活力與專業管理，提出產業發展成效，而國家角色也至此退出華山的主導地位。以下將梳理華山轉型過程中的政策脈絡，釐清國家力量於此階段的角色與功能。

二、 華山轉型的政策流變

(一) 開路先鋒－陳郁秀主委時代採購法委外經營取向(2000/5~2004/5)

1. 產業園區轉型政策

2002 年行政院所提出「挑戰 2008：國家重點發展計畫」，為了整備文化創意產業發展環境，遂將設立「創意文化園區」視為重點產業空間政策，做為文化創意產業的發展據點與平台。文建會首先將 2003~2007 年規劃為三階段的先期計畫時期：一、共識凝聚與基礎調查期；二、營運籌畫期；三、永續經營期。主要執行土地移撥、各項調查與硬體修建措施，由於我國的文創產業園區多源自於舊酒廠改建，許多建物老舊不堪，輔以古蹟維護等問題，文建會挹注大量經費於硬體建物的整修(文建會，2004a)。

另一方面，從軟體來談，政府對於華山園區的規劃與定位進入一個摸索的階段。有別於早期藝文特區時期任由藝術家「玩」空間的態度，國家開始介入主導。由於產值回饋的壓力，文建會於此階段一方面希望在原有的藝術創作養分基礎之上，加入產業化的色彩與經營模式，將原有的核心藝術創作聚落與商業性結合，創造複合性的文化創意與消費環境的生態關係；另一方面要建立與社區居民的公共性互動，使華山成為一個更為開放而全民共享的園區。

做為首任提出並執行文化創意產業政策的主委陳郁秀，早在藝文特區時代便與藝術家社群建立良好的信任關係，充分授權藝文團體對於園區的使用與經營，並且

高度認同純藝術的文化價值與重要性，因此當國家決定將此地區轉型成為產業園區，便面臨了藝文團體發出被剝奪感的反彈與對於商業性的不信任。為此，陳郁秀主委曾給予承諾，華山將保留烏梅酒廠和果酒大樓兩棟建築，提供藝術家發表實驗新作(聯合報，2003b)，只是有別於從前，嘗試讓一些應用藝術或商業活動進到空間裡來，使藝術與市場能夠開啟連結。因此在這個甫轉型的階段裡，國家仍然將此地區定位為以藝術創作活動為主的展演場地，優先引入核心藝術產業(表 3.1)，並且開始嘗試加入產業範疇更廣的核心支援性產業(文建會，2006)。「文創商品要加進來是當時的要求，但是藝文這一塊不要拿掉，定位就是要加文化創意產業的元素進去。場租還是很低，.....還是服務藝文為主。」(訪談記錄 O4)

表 3.1 華山創意文化園區產業發展範疇建議表

創意原型運用過程	引入順序	產業範疇
創意原型創造	優先引入之文化創意產業	視覺藝術產業 音樂與表演藝術產業 工藝產業
創意原型創造運用加值	具關聯性之文化創意產業引入	設計產業 設計品牌時尚產業 建築設計產業 創意生活產業 數位休閒娛樂產業
創意原型創造支援	支援性文化創意產業引入	文化展演設施經營產業

資料來源：文建會(2006)

2. 都市計畫變更與土地移撥

為配合五大園區的發展計畫，2003 年內政部都市計畫委員會審議正式通過「變更台北市中山北路、忠孝東路、新生南路、長安東路所為地區(華山地區)都市計畫案」(台北市政府都發局，2003)，將 1993 年被定為立法院機關用地的華山地區與周邊土地變更成為「中央公園及創意文化專用區」，為其做為創意文化園區的土地正當性首次正名。

而為了配合中央發展創意文化園區的規劃，北市政府都發局以提供市民休憩之大型開放空間、推動文化創意產業，使該地區成為多功能藝文休閒遊憩複合地區為旨，推動都市變更計畫。此計畫中原來屬於立法院機關用地與鐵路用地的區塊(如圖3.1)原本預計將依中央藝文公園的規劃共同變更為公園用地，爾後經文建會與台北市政府協調之後取得共識，為凸顯創意文化園區的功能特性，同意將現在的華山園區劃設為「創意文化專用區」，而其容積率 60%、建蔽率 12%則比照公園用地規定。

圖 3.1　2003 年華山地區都市計畫變更示意圖

資料來源：引自中華民國藝術文化環境改造協會(2006)，作者修改

從城市發展的區位特性切入，該計畫期望華山地區串連首都核心區、台北車站、建國啤酒廠產業文化園區、微風廣場、晶華城休閒購物中心、松山菸廠體育文化園區、台北機場活化再利用等具發展潛力的休閒、藝術文化之特性空間，並且連結計畫區內中央合署機關辦公中心、八德路科技生活圈(資訊產業專用區；光華商場)，做全盤性的整合發展。(圖 3.2)

「那時候想的是南港應該是一個 B2B 的區域，那這個地方(指華山)我們應該定位成 B2C 的地方，因為它在台北市中心區，如果有文化的人

士進去做 work shop 或是小的工作店，可以創作產品直接就賣給消費者，這條線市民大道整個從西到東連結起來。」(訪談記錄 U3)

以台北市都發局的立場來說，其實自鐵路地下化以來，地方政府便想要將市民大道沿線荒廢的原鐵路公有用地整合運用，建立一個東西向的綠化軸線，並且透過古蹟的藝文活化與周邊環境的綠美化再造這些荒蕪的公有地，串連市民大道的沿線發展。因此當中央指定華山成為創意文化園區之時，此規劃與台北市政府的觀點不謀而合，使都市計畫變更可以很快地呼應文建會的計畫。也因此後續文建會與台北市政府都發局積極合作，進行華山園區周邊與中央藝文公園的綠美化工作。

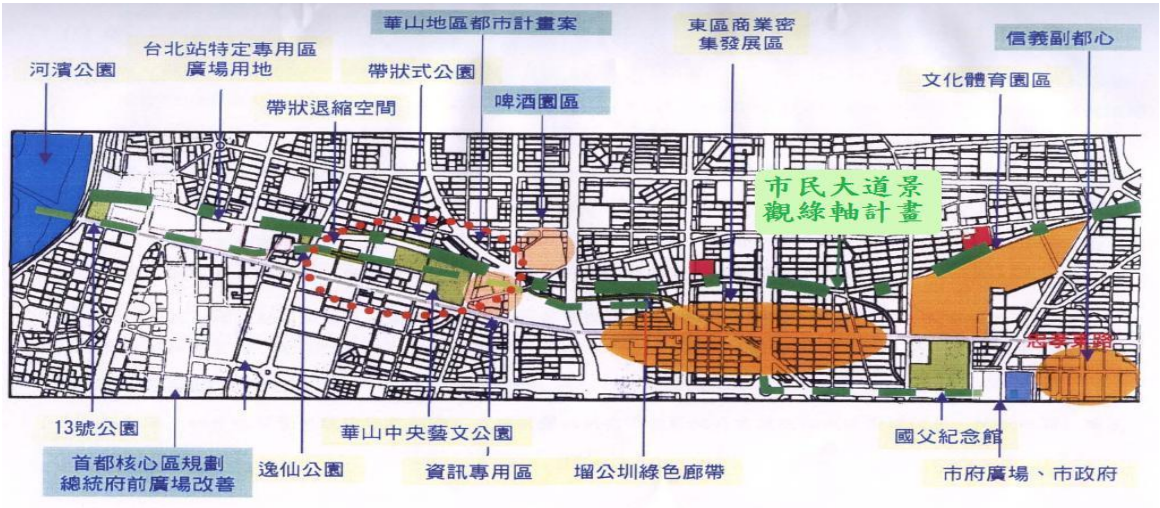

圖 3.2　2003 年都市計畫變更案市民大道沿線發展構想圖

資料來源：引自台北市政府都發局(2003) ，作者修改

而在土地移撥方面，自從 1992 年立法院曾公告此地區為立法院「機關預定地」以來，經歷 2001 年文建會與財政部國有財產局簽訂合作經營華山藝文特區的契約，直到 2002 年行政院正式指定台北酒廠為創意文化園區為止，文建會都不曾正式擁有此地區的土地產權，2003 年 12 月文建會向國有財產局申請土地移撥，2004 年 4 月經行政院核准才將園區部分撥用予文建會，另外有部分屬於台灣鐵路管理局經管土地，由文建會辦理認養，至此釐清並確定文建會於華山地區的土地權屬問題(圖 3.3)。

圖 3.3　華山園區土地移撥示意圖

資料來源：文建會提供，作者修改

3.　委外單位移轉：從環改會到橘園策展公司

文建會計畫將華山發展成為全台灣文化創意產業園區的示範基地，此時環改協會一方面憂心產值思維恐怕危及純藝術的生存空間；另一方面當文建會要求環改會執行文化創意產業指定業務，藝術家有感其專長在於藝術創作，而非產業經營，因此終究退出華山的管理，轉為研究與監督角色。

> 「我們的人力很少，行政工作越來越重，這個空間釋放給我們用的條件不合理了。.....從每年補助，我們是 open application 來者不拒的一個藝術的 incubator，變成要執行政府的企畫，要推動產業文化化、文化產業化的內容，我們實在不會，所以覺得超過能力了！」(訪談紀錄 A5)

環改會經營到期之後，2003 年以政府採購法公開招標，由「橘園國際藝術策展公司」取得經營權。文建會每年給予橘園公司 900 萬的經營費用進行管理，其對於空間的定位是以原有的藝文展演為主、嘗試做為產業交流平台與消費性設施的展

示基地，並且將園區能見度向外開展，讓此地區成為民眾得以親近的園區。而橘園公司接下任務後扮演這個過渡階段的媒介角色，以其原有的專業「核心藝術」策展領域為基礎，開始嘗試開發時尚與設計等「應用藝術」類型的業務。「橘園那個時候還是百分之八十是藝術，百分之二十是商業，因為我們有政府補助，我們還是要顧慮到這一塊。」(訪談記錄 B4)

就空間的使用來說，因為屬於轉型階段，還是以服務藝術家的創作展演活動為主，加上政府的經費補助，因此場地使用費也控制在較低的標準，盡可能提供藝術家或年輕創作者揮灑的空間。

> 「還是屬於比較前端的，所以會有很多很生猛的一些活動進來，.....我們辦的活動跟來這邊的單位租金都非常低廉，如果是學生團體一兩千塊就可以租空間來辦一些有趣的活動，帶動一些人潮.....那當代藝術因為我們知道他資源比較少，很需要這樣的一個場地，還有表演、排演啊！像這些團體比較弱勢的比較需要協助的我們都盡量讓他們可以進來」(訪談記錄 B4)

除此之外，橘園開始在核心藝術領域之外，試圖引進相關的衍伸產業與具有流行走向的商業活動，企圖將原有的藝術養分與部分商業性結合。「對於商業團體我們會收的比一般藝文團體高一點點，比如說.....來這邊辦新歌發表或這跟歌迷見面，我們就覺得沒有不好，還是要來拍偶像劇，這樣很好阿！就是說慢慢的希望他有部分的可以跟一些商業，慢慢做結合。」(訪談記錄 B4)

而此時期橘園也嘗試引進餐飲業，藉此提供些許商業性與帶動人潮。「有了這個餐飲的提供，活絡了整個園區的人潮，你提供了一些相對的娛樂性的服務或者是生活上面的一些服務，是比較能留得住人。」(訪談記錄 B4)

再者，一改過去藝術家自由玩華山空間的方式，橘園在這個轉型階段主要打開華山地區的大門，讓台北市民願意親近華山，透過活動的規劃，讓一般認為存在於

民眾與前衛藝術之間的距離漸漸消彌。「所謂社團就是當地的里的一些活動，比如說他們要來借場地，我們一定借給他(社區)而且不算費用，就是回饋這個社區，.....然後那個時候有辦藝術市集，那個時候還是屬於創意市集的部分剛剛開始，不像現在已經這麼蓬勃了」(訪談記錄 B4)

> 「我們就有安排一個用蛋殼在做藝術.....類似像駐園區的藝術家一樣，他必須每天在這邊創作，然後你會發現有學生下課經過這邊看，或者歐巴桑來這邊散步或打太極拳，然後就幫他做，這就是把藝術在生活當中跟你做結合，讓他們在生活中瞭解當代藝術不是那麼可怕遙遠的東西，其實當代藝術跟我們人是更接近的」(訪談記錄 B4)

總的來說，此階段橘園試圖在一般認為藝術與商業之間勢不兩立的關係取得平衡。也就是透過疏通當代藝術與一般民眾的互動，讓藝術與些許商業性之間產生互補作用，在原有的前端藝術創作基礎之上，嘗試與後端市場產生連結與對話。「你不能完全拒絕商業，講難聽一點你藝術到底是要賣給收藏家，你最後還是有商業行為，只是說我們依然要保留一個舞台，讓這些年輕藝術家有機會去發聲」(訪談記錄 B4)，實際做法就是將園區的空間配置重新規畫，更有效率地應用。

> 「空間這麼大，你可以把部分的空間作比較靈活的運用，可以有百分之四十是商業的行為來支持你百分之六十的藝術行為的，那如果說你要百分之百的藝術行為完全沒有商業，其實你現在的這個東西要發展好也要給它未來十年的舞台，不然你發展出來以後沒有後端，藝術家活不下去，你永遠只能靠政府贊助，那是可悲的」(訪談記錄 B4)

最後，雖然橘園接受文建會的委託執行計畫，與官方的合作關係不錯，但是其經營年限維持一年即宣告停止，主因是新任文建會陳其南主委提出了「新台灣藝文之星」新舊建築共構的創見，大幅改變陳郁秀主委時代對於空間的定位與想像，因此也使得橘園交出經營權時格外措手不及:「政府部門的政策不明的確是最大最大的

問題，你看從經營創意文化園區，到後來陳其南主委有新台灣藝文之心的想法，從這裡就很明顯地看出來政府不知道要怎麼辦、不知道要怎麼做」(訪談記錄 B4)

(二) 新台灣藝文之星－陳其南主委時代官方自營取向(2004/5~2006/1)

2004 年 5 月文建會主委改由陳其南出任，同年 8 月他提出「新台灣藝文之星」的新舊建築共構計畫。陳其南從「文化科學園區」的概念出發，計劃花費 82 億興建新舊共構之綜合性文化設施群(圖 3.4)，以媒體產業(數位、影音、出版、流行文化等)、設計產業(生活、產品、廣告、環境空間等)與藝術產業(高級藝術展演、傳統工藝、週邊活動和產品)等三大範疇為主，加上新十大流行音樂中心和文建會辦公大樓的興建計畫(表 3.2)，希望將之打造成為台北市新興文化地標的產業發展基地。

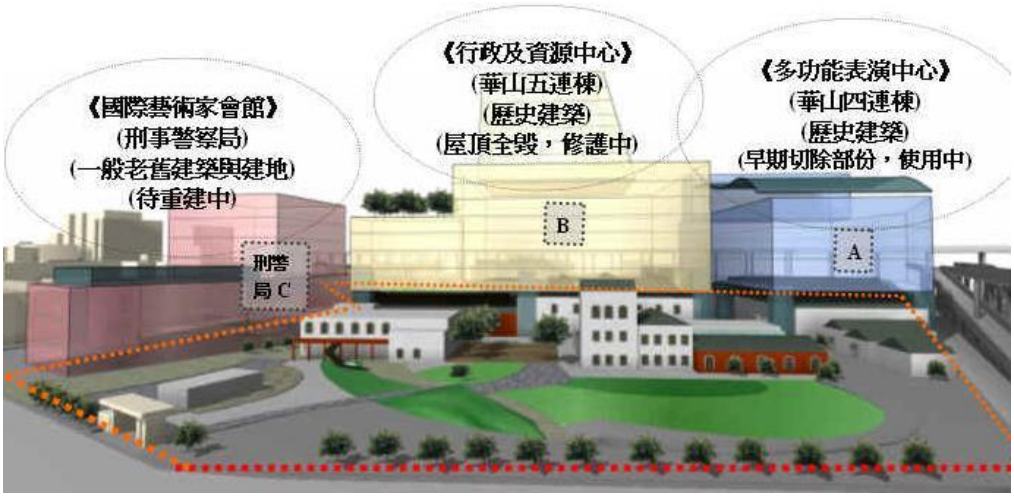

圖 3.4 新台灣藝文之星規劃最大建築量體示意圖(非建築設計圖)

資料來源：新台灣藝文之星網站

http://www.cca.gov.tw/cforum/related/images/1105_3.htm

表 3.2 新台灣藝文之星空間配置規劃構想

空 間 項 目	空間需求	功 能 概 述
(一) A 座 多功能表演中心	4,400 坪	
擬將 A 座建築加蓋於歷史建築四連棟上方(圖 3.4 之 A 區)，是為五層樓高的多功能表演中心		

A、中型表演廳	2,000 坪	
1、2000 人表演廳	2,000 坪	
B、新秀 show case	1,000 坪	設立小型展演場及新秀 show case，讓表演空間更多元化，同時也提供 100 至 500 人不等的創作發表空間。
1、500 人創作發表空間	500 坪	
2、200 人創作發表空間	200 坪	
3、100 人創作發表空間(三間)	100 坪×3 間	
C、藝術展演活動	1,400 坪	提供更多前衛、動態跨界展演、劇場等藝術型式展演空間。(可彈性調整運用)
1、實驗劇場區（含練習場）	600 坪	
2、前衛展演區	500 坪	
3、動態跨界展演區	300 坪	
(二) B 座　行政與資源中心	15,250 坪	
擬將 B 座加蓋於歷史建築米酒作業場(圖 3.4 之 B 區)，是為新舊搭配或共構的文化服務設施，包含開放性藝文空間、流行音樂繁殖場、設計工作坊、教室、媒體中心、文化觀光資訊服務中心、小型展示館、數位媒體空間、資訊圖書館、行政服務空間等等，樓高 28 層。		
A、開放性藝文空間	1,000 坪	特別針對裝置、數位等藝術形式之需，提供更多資源空間讓此類藝術有發表的空間。(可彈性調整運用)
1、裝置藝術區	500 坪	
2、數位展演區	500 坪	
B、表演藝術排練場	1,000 坪	
1、舞蹈排練場	500 坪	提供表演、舞蹈團體或個人申請排練空間，並提供庫房空間
2、戲劇排練場	500 坪	
C、流行音樂繁殖場	2,000 坪	
1、錄音工作坊	775 坪	設置高規格的錄音、影音剪接、動畫製作等設備，提供創作者最佳「生產」場所，並提供各類流行影音產品和文化交流空間
2、影音工作坊	400 坪	
3、動畫工作坊	425 坪	
4、流行影音產品、文化交流	400 坪	
D、設計工作坊、教室	650 坪	
1、設計工作坊	350 坪	各類不同設計產業如工藝、服裝、陶瓷、雕塑等領域創作學習、技藝傳承之空間
2、設計教室	150 坪	
3、設計成果展示空間	150 坪	
E、媒體中心	1,800 坪	

1、廣電新興媒體工作坊	1,000 坪	設立廣電媒體工作坊、及國家電影資料之保存、閱讀、推廣服務之空間
2、國家電影資料中心	800 坪	
F、文化觀光旅遊資訊	700 坪	
1、文化觀光資訊區	250 坪	協助民眾了解台灣各縣市文化之窗口，以達到文化觀光之融合
2、各縣市文化窗口區	450 坪	
G、小型展示館	400 坪	
1、文化類主題展示區	200 坪	提供文化、體育進行常態性、季節性或議題性之主題展示空間
2、體育類主題展示區	200 坪	
H、新媒體資訊圖書館	1,100 坪	
1、文獻圖書區	500 坪	將設立國家級之保存中心，其中也將對外開放包含文獻圖書、影音視聽室、期刊、雜誌、報紙、各類資訊科技等服務項目
2、影音視聽區	300 坪	
3、期刊、雜誌、報紙區	100 坪	
4、資訊科技服務區	200 坪	
I、行政辦公空間	6,600 坪	
1、文化部	2,800 坪	包括有關視覺藝術、表演藝術、媒體文化、設計產業、體育休閒觀光活動等相關行政機構之辦公空間
2、其他相關部會辦公空間	2,800 坪	
3、新世代文化產業育成空間	1,000 坪	提供文創產業以及相關服務業者、基金會、協會等進駐
（三）C 座　國際藝術村	4,800 坪	
刑事警察局借用辦公室(圖 3.4 之 C 區，現為 BOT 預定地)，由於此棟建物並非古蹟或歷史建物，因此將規劃重新興建。		
A、國際藝術家旅棧	1,500 坪	國際藝文人士或團體住宿服務
B、講演、會議空間	1,000 坪	
1、700 人多功能演講室	500 坪	提供能容納 25 至 700 人不等之會議、演講或其他活動使用之空間
2、150 人多功能演講室（2 間）	100 坪×2 間	
3、400 人會議室（可彈性分隔為 50、100、200 人用）	240 坪	
4、100 人會議室（可彈性分隔為 25、50 人用）	60 坪	

C、文創相關服務產品（影音產品）	500 坪	文創產相關服務消費空間
D、出版產業展售空間	500 坪	引進大型書店，提供出版產業展售空間
E、運動休閒產業	500 坪	體育休閒交誼空間
F、餐廳、Cafe	800 坪	餐飲交誼空間（彈性分隔供不同業者進駐）
總計：	24,450 坪	本表格內坪數係以最大可能估算，實際需求應委託專業單位再行評估

資料來源：作者整理自 新台灣藝文之星網站

http://www.cca.gov.tw/cforum/culture_meeting4/culture_meeting4.htm (2010/05/24)

在區位發展的構想上，此計畫希望結合台北車站之整體發展計劃，作為貫通首都文化意象軸線之端點，亦即讓「新台灣藝文之星」與台北車站形成兩個端點式的對話空間，主要目地在結合中央聯合辦公大樓預定地以及中央藝文公園，作為整體綠化的基礎，使之形成都市中一條供市民呼吸的「綠肺」；而「新台灣藝文之星」的建築特色可望吸引旅客在走出車站後經由廣大的綠色步道徒步進入，使之成為台北乃至於台灣之首都文化意象(圖 3.5)。

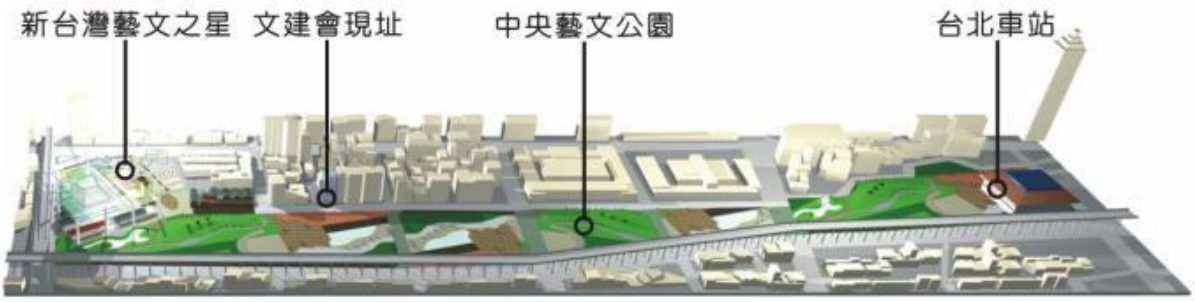

圖 3.5 新台灣藝文之星文化意象軸線構想圖

資料來源：引自新台灣藝文之星網站

http://www.cca.gov.tw/cforum/culture_meeting4/iframe_4.htm

另一方面從華山已經形成的跨界性格來說，新台灣藝文之星可望成為市中心的文化地標，其地理區位剛好介於國家戲劇院、國家音樂廳與台北美術館中點，讓匯聚於兩廳院的表演藝術活動與北美館的視覺藝術能量有一個匯集的核心，延續其跨界藝術能量集結的基礎(圖 3.6)。

圖 3.6 跨界華山文化地標構想圖

資料來源：Ur Map，作者修改

然而，陳其南主委毫無預警提出「新台灣藝文之星」的構想卻引來藝文界、建築界、及立法院各界強烈的質疑，使得此計畫終究因為爭議性太高而招致停擺：

首先，當初極力爭取、保留華山地區的藝文界人士與建築領域專家最強烈的質疑來自於，最高達到 28 層樓的量體建築將衝擊華山的景觀。他們認為這個計畫與其長久以來捍衛舊建築古蹟建物的理念背離，認為「新台灣藝文之星」將嚴重破壞老建築的地貌。藝文人士主張華山應該全盤保留此地區空間魅力根源的舊酒廠建築面貌，並且減少允建容積，保留較多視覺景觀的空間，以維護各種讓藝術創作激盪碰撞的可能性。

「華山原來最有趣的部分是平行的，高樓蓋起後側面的流動會被遮蓋，華山的未來計畫，卻像是預先區隔了太多.....空空的屋子所有的東西只是框架，但是上面可以任意繁殖各種東西，不隔間就是可以互相穿透、互相看見的狀態。保留連結、框架的狀態、保持穿透性非常重要。」(黃海鳴，2004)

第二，藝文界人士認為這項計畫過於強調量體建物的興建，在軟體內容的規畫上也未事先徵詢學者專家之意見，以致於對於軟體的規劃過於簡略而定義不明。他們認為新台灣藝文之星在空間規劃上過於強調會展演、展示空間的比例，惟恐商業性活動將侵蝕藝術創作、交流的空間；再者，在所有量體 24,450 坪的規劃中，文建會計畫建構的行政與資源中心高達 15,250 坪，其中文化部辦公用地便達 6600 坪，也讓藝人士質疑文建會的主體目標是蓋辦公大樓，而不是培育文化藝術(簡子傑，2004)。

最後，由於此計畫規劃時間短促，藝文界強烈質疑其決策過程倉促而粗糙，由於其構想成形過程缺乏與外界良好的溝通，因此當新舊共構量體的創見一提出，便因為爭議性太強而失去了妥協與討論的空間。「新台灣藝文之星計畫案的問題就是討論不夠公開，如果在政策草案形成時，多一點公開意見的交流，也許就能釐清更多的共識。」(引自王屏，2009：90 訪談紀錄)

以台北市政府的立場來說，此構想尚未進入都發局法定審核的討論程序，也因此地方政府並未針對此計畫正式表態，但是在此構想提出之初都發局也與文建會有過討論，並做出提醒：

「相關委員在看這件事情的時候是覺得難度很高，不是那麼容易過的。這棟大樓之後開發下去會變成很突兀的大樓，當然他們講說在國外很多啦！那我們說這個不知道在台灣能不能接受。第二是說，這邊目前的空間都沒有利用完，何需再多做一些空間。第三個藝文團體反

對，他們反對的原因就是跟我們一樣怕太過商業化。然後旁邊居民又反對，如果你家旁邊有很大的公園，現在蓋大樓之後就不是公園啦！」(訪談記錄 U3)

另一方面，立法院也呼應上述看法，對於這個計畫提出許多質疑。時任立法院教育與文化委員會委員的王拓便於質詢陳其南主委時直言：

「不知道建設了這麼龐大的硬體，對台灣文化的豐富性和文化創意的活力究竟能夠帶來多少幫助？.....華山藝文之星是想要打造一個跨越領域、文化藝術相互融會的空間與環境，藉以激發新的創意，提高文化產業的產值。但是如果你們對人才或是其他方向的投資不夠，甚至予以忽略，那麼藝文之星的計畫不會產生效果，因為只有硬體卻沒有內容。」(立法院，2005)

此外，當時同為立法院教育與文化委員會委員的李永萍亦強烈表達質疑，反對新台灣藝文之星欲在華山歷史建物上興建大樓的規劃，她同時質疑文建會於此興建辦公大樓，且行政用途空間高達全部量體空間 24%的規劃意圖。(立法院，2005)

有鑑於新台灣藝文之星硬體創見提出之初便遭受各方異議，其落實之路終究因為困難重重而慢慢沉寂。2004 年 12 月 31 日起，文建會宣布將華山園區封園一年，徹底進行歷史建物體質整修工程，並且宣布不再委外經營，交由文化建設基金管理委員會經營管理。「陳其南想要自己來做，想說好吧！不能蓋新台灣藝文之星，那我們把空間做好(指封園一年整修)，我們自己來做。」(訪談記錄 O4)

陳其南主委是早期推動社區總體營造有成者，他首次提出「文化產業化，產業文化化」的概念。因此有別於陳郁秀主委時代傾向委外經營園區，陳其南擔任主委期間對於華山空間的規劃是採取強勢主導的政策取向，雖然「新台灣藝文之星」的提出並未獲得外界支持而大步前進，但是由其大膽提出硬體建設的創見，到希望主導園區的軟體規劃與經營，都不難看出他對於華山空間的期待與企圖心。

「因為自己操作，工藝研究所負責創意產業，(文建會)一處負責空間把它整備好，(文建會)二處把社區營造弄好，所以他不覺得我們沒有軟體，為什麼華山不能變成一個平台，把我們那麼多年經營社區的東西放在這個平台上，然後藝文團隊也可以用這個空間，也有藝文表演的活動，跨領域的平台，讓創作者跟市場可以結合。」(訪談記錄 O4)

華山從轉型之初至此不斷摸索空間定位與經營方式，進行許多調查工作與研究計畫，然而幾年之間始終無法確認空間走向，軟體定位處於空轉的不確定狀態。由此也可看出不同主委對於空間認知及政策的出入，深深影響園區的發展。

(三) ROT, BOT, OT－邱坤良主委時代促參法委外經營取向(2006/1~2007/5)

2006 年 2 月邱坤良接任文建會主委，在經歷許多討論與不確定性之後，同年 5 月他以爭議性過大為由，正式宣布「新台灣藝文之星」政策構想無限期停滯。

有鑑於華山園區的政策定位一波三折，幾年來持續投入大量經費進行硬體的整修，但是在軟體的規劃上卻沒有明顯進展，加上外界對於產值的期待與壓力漸漲，邱坤良主委為避免持續爭議，要趕快看到園區的經營成效，他於是決定以「促進民間參與公共建設法」將華山地區分為「電影藝術館 OT」營運－移轉案、「文化創意產業引入空間 ROT」租賃－營運－移轉案、「文化創意產業旗艦中心 BOT」興建－營運－移轉案三部分委外經營(圖 3.7)。

第一，電影藝術館 OT 案(Operation and Transfer)落在華山園區最北側建物包裝室，此計畫是文建會率先確立的促參案，起源於民間團體向邱坤良主委遊說，考量國內台灣電影映演空間緊縮、國片產量遞減、及鼓勵電影創作，因此將這個案子設計為電影藝術館。計畫內部將涵蓋 100~200 人座之大型放映廳兩間、附屬藝文走廊、會議空間、服務性社施等。主要提供國片、紀錄片、短片、獨立製片、非商業性電影的放映。希望建立國內電影創作者發表及交流的平台與管道，強化藝術電影的推廣與電影產業之發展。

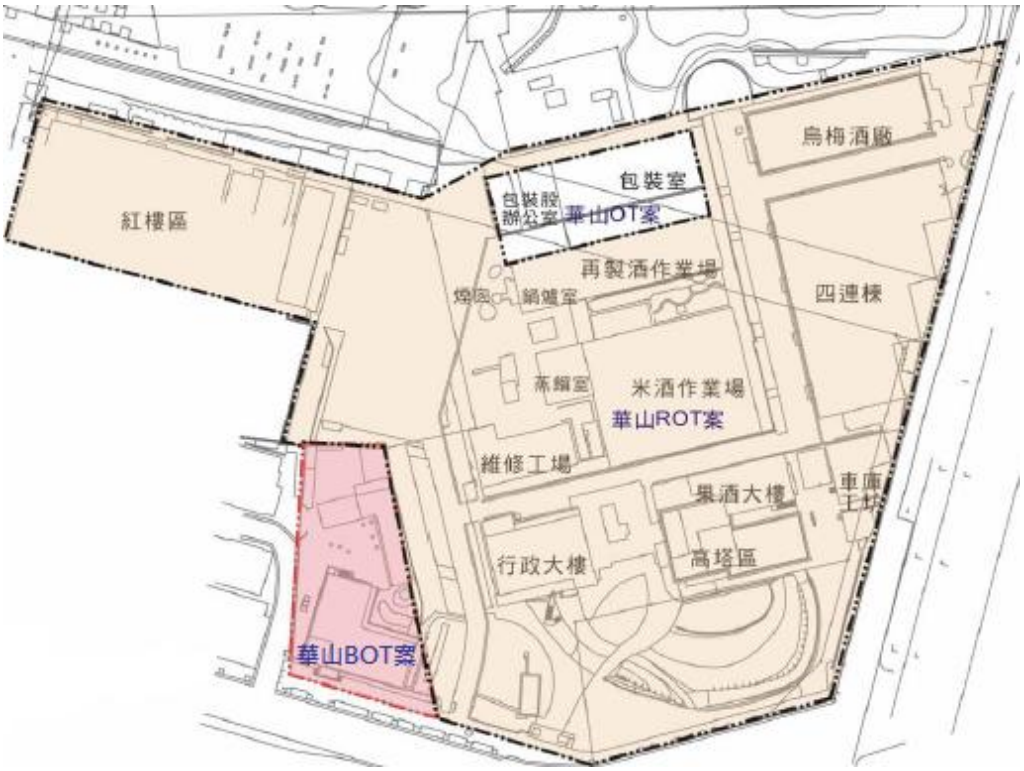

圖 3.7 華山園區促參法委外計畫範圍與廠房對照圖

資料來源：引自文建會華山 BOT 案網站，作者修改。

http://www.cca.gov.tw/images/activity/2010/20100310/download2/app03.pdf

第二，文化創意產業引入空間 ROT 案(Rehabilitate, Operation and Transfer)在華山園區內佔地最廣，包含大部分的酒廠舊建築，也是早期藝術創作、展演能量的主要聚集區，因此格外受到關注。文建會根據其所委託之《華山創意園區引入文化創意產業整體規劃案－引進民間參與可行性評估與先期規劃》報告(中華民國藝術文化環境改造協會，2006)，將華山園區清楚定位為帶有強烈產業戰略意涵、高附加價值的文化產業園區，這樣的態度一改過去文建會以服務、培植核心藝術展演活動為主的定位，首次清楚對於消費者的市場關注拉到上位，以創造文化創意的高附加價值為主要目標；再者，就引進產業的範疇而言，從前文建會將屬於創意原型創造的核心藝術產業視為首要引入範疇，然後再基此輔以衍伸的支援性產業；而 ROT 的規劃則主張華山園區必須打破傳統產業類別的分野，以其訂定的六大發展部門來

說－影像、市集、娛樂、演出、展售、教育等來說，都是屬於內容形式，而不是產業的類型範疇。以貼近人性的生活風格為號召，強調文化產業園區販售的不是產品，而是生活風格(中華民國藝術文化環境改造協會，2006)，因此與此主題相關的素材皆可納入，其所引入的廠商與活動範圍涵蓋我國文創法定義的 15 種文化創意產業。

對照先前的發展，文建會至此對於園區的想像與定位與先前藝術家群聚於此的創作空間特性形成某種具有張力的對比：早期的藝術家群聚主要以小眾、前衛的精緻藝術為主；現在的園區為了要創造市場性與附加價值，充分著墨通俗文化的潛力與重要性，以一種較為輕鬆的生活風格作為號召；再者，藝文特區時代的華山空間是藝術家激發靈感的前端創作基地;現在的華山則強調展演與銷售的後端市場功能。

第三，文化創意產業旗艦中心 BOT 案(Build, Operation and Transfer)座落於現在刑事警察局借用的舊辦公空間，由於此棟建物並非古蹟或歷史建物，因此將規劃重新興建，並且引進數位影音、出版、設計等不同產業以及文化消費活動，以期與 ROT 展演空間形成功能互補的配合關係。

第二節　產業化衝突出現，藝術網絡淡出

華山「藝文特區」在轉型成為華山「創意文化園區」的過程中首次出現了產業化的衝突。首先，早期群聚於華山的藝文團體從事前衛性、小眾性的藝術創作展演，藝術家為藝術而藝術，訴說嚴肅的概念與意義，這些創作在性質上有別於通俗文化，在態度上甚至批判商業性。因此，一旦國家決定將這個孵育創意的基地轉型成為產業園區時，勢必出現文化工業所言商業性與藝術性的衝突，原因是當政府開始以產業發展的產值思維關注園區時，小眾藝術即使創造專家眼中的文化價值，也會因為難以在大眾市場中獲得青睞而在商業價值的競賽中失利。「因為像我們到立法院，會看說文建會這邊拿了政府這麼多資源，會做出什麼成果出來？所謂文化創意產業的成果，你的產值在哪裡？所以我們要拿出產值的資料。」(訪談記錄 O3)

這也是為什麼環改會在園區轉型之初會提出唯恐華山過於商業化的疑慮與憂心。事實上，一般來說，多數藝術工作者只知道如何在創作中抒發感想與意念而不知道如何經營生意，這也是環改會在華山園區轉型之時，選擇退出經營的原因。而藝術社群從反商業性的創作年代走到這個文創產業時代的十字路口，除了因為不善於經營產值，退出華山，他們也在觀望到底何謂文化創意產業？

「那我們不會做文化創意產業的推廣，橘園會做，也不錯啊！起碼我們可以確定橘園你們做文建會該做的，你一定會有空的空間，那另外可以服務我們要的，就跟其他單位場地省一點用這樣，這是可以協商的」(訪談記錄 A5)

可見藝術社群並非反對文化創意產業，而是憂心產值思維的空間策略是否會壓縮或排除掉某些看不到產值的藝術創作空間？

因此延續這樣的命題，藝術家與國家之間的認知分歧就此產生。其實早在陳郁秀主委時代，政府與藝術社群的關係良好。從文化價值的角度來看，雙方皆認可純藝術創作的重要性；而從產業發展的角度來看，雙方也同意純藝術創作雖然往往不具有立即而可觀的商業回饋性，卻是維繫產業長久發展、創意發想源源不絕的根基，除此之外，一旦文化市場的涵養成熟，藝文創作團體的產業性仍可期待。因此為了平衡這種張力關係，陳郁秀主委曾經承諾華山園區即使轉型仍將保留一定的空間給予藝術工作者從事創作，讓園區走向產業化的同時，能夠維持核心創作的能量。

然而隨著爾後文建會主委的更迭，藝術社群與官方的關係便開始發生改變，特別是在陳其南主委時代，其所提出「新台灣藝文之星」的政策構想與藝文界想法迴異，由於官方與民間的溝通與討論不足，使得雙方關係幾乎呈現零合遊戲；而邱坤良主委上任之後以促參法將華山園區委外經營，游移不定的空間走向終於塵埃落定，確定其市場導向，且藝術社群不再具有實體空間與言論空間的影響力後，才引來某些激進的言論：

「政府現在急著想要做的就是所謂的展示平台，然後忽略了所謂的前端，前端都沒有.....那這種概念來講其實對藝術是很嚴重的打擊啦！為什麼？就是說你把這個平台變成只是一個展售間而已，它沒有功能變成說去撞擊很多東西出來」(訪談記錄 A1)

然而從文建會的角度來說，一旦國家政策決定要將華山轉型成為產業園區時，仍然必須嘗試在世界的新興產業潮流中，重新找到台灣在知識經濟時代的新利基，而華山的特色與區位優勢便背負了這樣的期許與責任。

第三節　國家主導、企業配合、藝術家監督的張力關係

在這個轉型的階段中，國家角色主導空間發展。然而由於四年之間換了三任主委，每一任主委對於空間的想像不同，使得政策更迭，園區的軟體定位始終處於不確定的狀態。陳郁秀主委時代傾向以純藝術產業為核心加以擴充，委外經營；陳其南主委時代提出爭議性強的新舊共構量體創見，同時希望由文建會自主經營園區；邱坤良主委則是礙於外界爭議與政策成效壓力，快速決定將華山以促參法分為三部分委外經營，華山至此終於確定走向，而促參法委外經營的階段也首度明確以產業戰略定位華山；不再以過去視純藝術產業為核心的態度，主要目標在消費市場的開拓。

而從藝術家的角度來看，由於不善於生產產值，環改會退出華山園區的經營，由管理單位轉為監督角色，因此對於園區恐怕走向商業化、壓縮純藝術空間的憂慮不時提出提醒，特別是陳其南主委提出「新台灣藝文之星」構想時，該計畫背離藝文團體對於華山空間的期待，引來強烈的反彈，而此計畫最後終就因為爭議性太強而後招致停擺。

此一階段中，企業角色首度進入華山。橘園策展公司主要接受文建會的任務與委託，扮演產業發展的開路先鋒與過渡時期的中介角色，首先要引入商業元素，再者要一改華山地區以往的小眾印象，打開此地區與一般大眾的互動關係。橘園以其專業的當代藝術策展為主體，在延續先前華山性格的脈絡下，開始初步帶動人潮；有別於從前的是橘園帶來企業化的經營模式，嘗試將當代藝術與些許商業性結合。然而由於政府政策更迭，橘園擔任過渡時期的管理角色終究在營運一年之後因政策轉向而逐漸淡出。

而從行為者互動的關係來談，這個階段的緊張關係主要發生在藝術社群與政府之間。文建會將華山園區指定為產業園區時，激化了藝術社群與國家之間的認知分歧，明顯的衝突來自於藝術家對於產值思維的不信任。而在互動關係上，藝術家因為陳其南主委欲在華山地區進行新建共構計畫，與文建會的關係達到緊繃；而邱坤良主委以促參法委託企業經營華山園區之初，確定藝文團體對於空間發展不再具有影響力，因此也引來他們的憂慮與批評。

進一步討論企業與政府的關係，由於橘園策展公司受到文建會的委託與任務，雙方在園區的規劃上達成共識，因此合作與互動關係良好；唯有陳其南主委時期提出「新台灣藝文之星」的構想時，宣告橘園的經營無法延續，政府政策的不確定性使他們備感無奈。

就企業與藝術家的關係而言，橘園公司與藝術社群皆屬於當代藝術領域工作者，雖然文化企業開始嘗試引入一些商業性，但其策展主題仍以當代藝術為主，而且在此轉型階段橘園將 80%的空間定位為服務與推廣藝文，因此藝術家與橘園之間並沒有產生明顯的緊張關係。

從空間的發展來說，此階段挹注大量經費於硬體部分，因此明顯的成效在於老舊建物的整修之上。文建會完成了園區內古蹟及歷史建物的修復、地質鑽探、園區與中央藝文公園之景觀綠美化工作；然而也由於投入大量經費於硬體整修，卻不見

產業園區有明顯的啟動跡象，因此當立法院與外界以產值檢驗之時，也遭受「四年投入十億，零產值」的質疑。

總的來說，空間功能在此轉型階段呈現過渡狀態，在原來的基礎上摸索新的定位。無論是在橘園管理時期或文建會收回時期，空間運作與過去並沒有太大改變，仍然提供藝文團體低廉的租金，鼓勵當代藝術為主的創作、展演活動在此發生；比較不同的改變在於，此階段開始在既有的核心藝術上引入一些商業性活動，並且嘗試與設計產業等應用藝術結合，同時開始打開門戶，使華山園區走向群眾。

國立政治大學
National Chengchi University

第四章 企業進場後的重新定位(2007 年~)

本章說明文建會以促參法將華山園區委外經營迄今，空間轉由民間企業主導發展的過程。揮別文建會於前期對於此空間規劃的摸索過程，這個階段的華山園區被重新定位為具有明確「產業戰略」目標的產業園區，其首要目標在於開拓廣大的消費市場與附加價值，空間傾向價值鏈後端的市場消費功能，而由於產業化的結果提高了此空間的進入門檻，使得進駐與使用此地區的族群也有所更迭。這個階段的空間走向由企業主導，國家與藝術社群退居監督角色，三方進入一個相互觀望與磨合的關係。

第一節 國家角色與政策

2006 年 2 月邱坤良接任文建會主委後，基於園區經營的成效壓力，決定以「促參法」將華山地區分為三部分委外經營(圖 4.1)。以官方力量而言，華山以促參法外包之後，除了文建會在契約中所確立的空間定位與若干要求之外，國家角色幾乎退居幕後的協助與監督功能，空間經營將由管理單位來主導。以下將分項說明：

一、 文化創意產業引入空間 ROT 案

在法令上，根據促參法第 8 條第 1 項第 4 款規定，文建會委託民間機構經營華山，由民間機構向政府租賃華山地區現有設施，予以擴建、整建後營運；營運期為 15 年，成果良好可再延長 10 年，營運期間屆滿後，營運權無償歸還政府。得標之民間團體盈虧自負，並且於期營運期間支付政府營運權利金與土地租金。2007 年 ROT 案由遠流出版股份有限公司領銜，偕同仲觀設計顧問有限公司及國賓

大飯店股份有限公司共組之企業聯盟「台灣文創發展股份有限公司」(以下簡稱台灣文創)取得經營權。

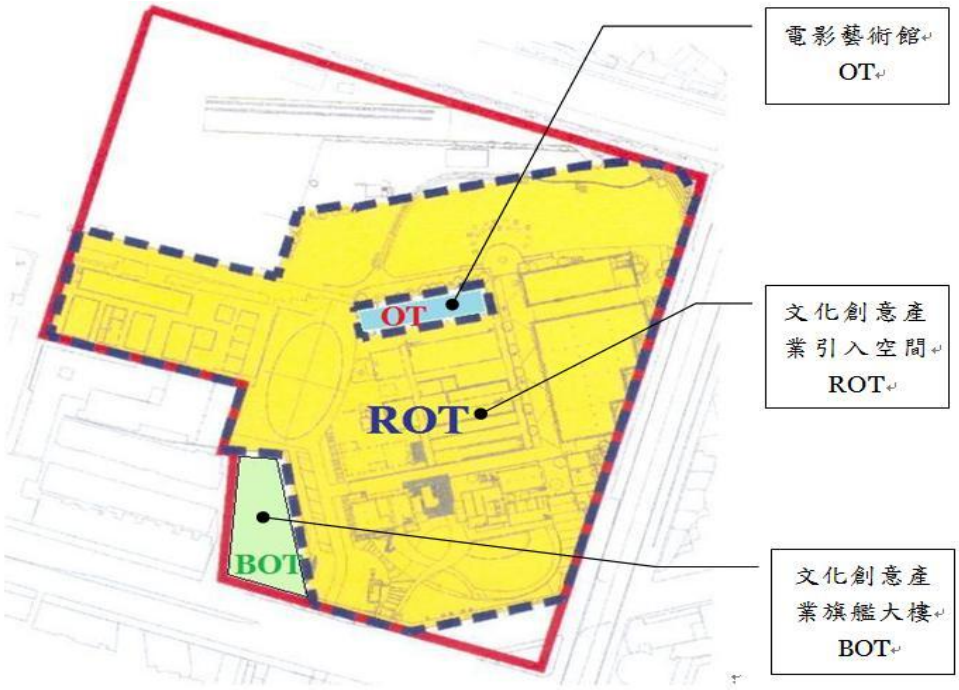

圖 4.1　華山園區促參法計畫 OT, ROT, BOT 範圍

資料來源：引自中華民國藝術文化環境改造協會(2006)，作者修改

在功能上，文建會從產業戰略出發，將之定位為以消費為目的的文化創意產業通路與行銷平台，「它是文創產業的通路跟行銷的平台，所謂通路就是包括服務跟商品的組合，他要讓怎麼樣的文創業者出來，什麼不讓他出來，他要 present 什麼樣商品跟服務的組合？(訪談記錄 O1)」。透過委外經營的方式由營運團隊建構園區的風格與商品、服務組合，企圖從消費端切入，建構一個高附加價值的文化消費園區。華山被定位為「文化創意產業、跨界藝術展現以及生活美學風格塑造」的「展示空間」(Show Room)，容納各類型展演活動，促進生活美學教育、休閒遊憩之需求、擴大民眾參與及消費，促成經濟效益，做為產業發展成效之展示舞台(文建會，2006)，因此有別於藝文特區時代提供藝術創作者「工作室」的功能，現階段華山園區 ROT 的部分扮演「表演舞台」的功能(聯合報，2008)。

在權利義務方面，以下將分為土地權利金、營運規範與回饋機制三方面來談。首先，營運契約(文建會、台灣文創發展公司，2007)規定台灣文創每年須支付政府土地租金 1600 萬、定額權利金 100 萬元及每年稅後淨利總額 6%之變動權利金；再者，在營運項目規範上，文建會改變以往以核心藝術產業為主軸的設定，提出六大創意發展事業部門[18]：影像、市集、娛樂、演出、展售、教育，在此架構下，所有符合台北市政府土地允許使用項目與文創法所定義之 15 項文化創意產業範疇皆包含在內。第三，文建會要求營運單位進行相關回饋計畫：1. 指定華山須有「小劇場」(烏梅酒廠)、「兒童劇場」、「排練場」(維修工廠)及文化創意培育相關設施應提供租優惠租金方案，上述設施空間不得小於 ROT 計畫範圍既有及新增建築總樓地板面積之 12%。2. 經營單位每年至少辦理 12 場戶外展演活動，並於活動期間同時設置臨時性創意空間，以優惠租金方式提供創意工作者進行商品展示、教學及銷售活動。

二、 文化創意產業旗艦中心 BOT 案

在法令上，根據促參法第 8 條第 1 項第 1 款規定，此計畫預計於 97 年刑事警察局借用期滿之辦公室用地重新興建上萬坪之文化創意產業旗艦中心，由民間機構投資、興建、營運；營運期間屆滿後，移轉該建設之所有權予主辦機關。此案包含興建期間及營運期間以 30 年為限，在期間屆滿前申請繼續營運，優先定約權以 10 年為一期，並以二次為限，期滿不再優先定約。在內容上，文建會將整合出版、影音、媒體等數位內容及文化消費活動為主要開發與引入範疇。此計畫案於 2010 年 5 月由遠流出版集團王榮文領銜的「台灣文創旗艦聯盟」取得經營權。

---

[18] 六大創意發展事業部門分別為：1. 創意影像發展事業－以電影藝術館 OT 案為基地，培育影像創作人才、推動創意影像發展，舉辦國內外展覽活動與競賽，整合影像商品，連結藝術創作與通俗創作。2. 創意市集發展事業－舉辦創意產品市集活動、觀摩工作坊，以提高創意人才技能，並針對具有市場潛力的產品進行行銷輔導。3. 創意娛樂發展事業－結合餐飲、現場音樂表演、特殊民俗技藝演出之娛樂場所，或結合藝術創作、建築空間設計及舞蹈時尚的夜店。4. 創意演出發展事業－可成立專屬團隊，製作不同規模之室內或戶外展演活動，並從事國內外巡迴演出，及舉辦主題式的城市節慶活動。5. 創意展售發展事業－定期舉辦展售活動。6. 創意教育發展事業－針對戶外教學團體研發不同的創意教學課程。

在定位與功能上，國家希望透過一個具有文化體驗消費功能的地標建築整合文創產業的領導品牌，建構國際交流平台與本土品牌深化基地，同時透過樓層的分配，規畫一定空間給予藝文團體與創作者做為工作室與工作坊使用，讓華山早期扮演的創作育成功能在此發生，使BOT新建築與ROT舊建築再利用之機能達成互補關係，建構完整的創意扶植系統及展銷通路。

「價值鏈還有一塊是在左邊的研發那一塊，我們會要求它要有育成跟創投的功能。一方面 BOT 的部分會有空間給藝文團體，補現在的空間的不足，它會往高樓走，另外會有十幾億的投資(有可能國發基金與文建會會投資)裡面會有一塊做藝文的育成，對有潛力的對象做創投的動作.....就是假如他看上你，就一個空間給你，前面就是店，後面就是你的工作室，『前店後廠』投資你！」 (訪談記錄 O1)

因此未來官方所規畫的主體設施包含：內容文創品牌營運中心、創作工作室及後製工作室、創投及文創產業媒合服務中心、創意交流發表廣場(展演及展銷中心) 、數位創作體驗館、其他文創培育及體驗相關設施等。

三、 電影藝術館 OT 案

在法令上，根據促參法第 8 條第 1 項第 5 款規定，此計畫由政府投資新建完成之後，委託民間機構營運；營運期間屆滿後，營運權歸還政府。文建會提供經管之土地及附屬設施：華山園區內最北側之包裝室、包裝股辦公室及部分警勤室等室內空間(如圖 4.1)。民間機構自負盈虧負責經營管理，委託營運時間為 5 年，期滿前 1 年得以向文建會提出申請，經審核通過後可繼續營運。2007 年此規劃案由導演侯孝賢擔任理事長的台灣電影文化協會團隊取得經營權。

在功能與定位上，電影藝術館旨在提供國片、紀錄片、短片、獨立製片、非商業性電影之映演空間，建立創作者發表及交流管道，並且推廣電影藝術及人才培育；因此在內容實施上，文建會將要求營運單位進行下列工作：策展全年度之展演計畫、

空間使用規劃管理、國內外電影交流活動、資訊查詢服務、文創產品之展售與商品服務(不超過建物總樓地板面積 20%)、圖書服務與商品研發、設備之營運管理與維護。此外，官方亦要求經營單位對於兒童、原住民及弱勢者相關活動給予優先考量納入配合，並對於學生及電影從業人員提供適宜之優惠(文建會，2007)。

此計劃案雖已於 2007 年招標完成，然而由於文建會缺少建築工程人員專業及協調機制，在正式交付營運單位之前，遭遇未知的硬體規劃失誤、老舊建築申請建築執照不符規定之困境，以至於必須全盤重新計畫，延宕時程，目前預計 2011 年方可交付營運團隊經營。

第二節　民間企業主導空間發展

本節主要說明台灣文創在 ROT 部分的經營現況；而 BOT 與 OT 的營運皆尚未正式啟動，因而在此不多加討論。

一、 空間定位與規劃：市場導向的媒合平台－「創意擂台」

如果說藝文特區時代華山園區扮演創作導向的「創意工廠」功能；那麼現在的華山園區在台灣文創董事長王榮文的定位下，便是市場導向的「創意擂台」，亦即透過提供華山這個空間，讓各式各樣的文創活動在此發生，同時極大化其流動性，使人才與市場擁有一個溝通與連接的平台，開啟各種交易與合作機會的可能性。在此前提下，園區以「酷玩[19]」(cool play for fun) ──好吃、好玩、好看、好體驗為基調，訴求打破一般認為藝術的嚴肅與距離性，創造歡愉的消費氛圍和感官體驗，讓廣大的消費者與文創人皆願意在此駐足。

[19] 「酷」是指：時尚、前衛、實驗；「玩」是指：玩樂、享樂、娛樂。資料來源：華山 1914 網站 http://web.huashan1914.com/about/culture_idea.php?cate=about

就華山平台的功能來說，以 2010 年 5 月 8 日為例，當天於華山園區舉行的活動有：城市遊牧影展、寵愛女人節、陝西民間藝術園遊會、歌手林宥嘉－感官世界演唱會、非常五月天之南非派對啤酒節、名山藝術「一花一世界」畫展、「如果兒童劇場」戲劇演出等。在這個包含各種類型展演的情境下，華山園區希望扮演匯集創作者、內容提供者、消費者、投資者接觸的平台，讓市場端得以與內容提供者產生連繫：

> 「今天至少就會有三種人在一塊，.....游牧影展跟啤酒節，那陶子她們在辦一個寵愛女人節，因為母親節嘛！陝西在辦踩街嘛！所以今天來自完完全全不同的文化背景的人，但他們共同要在華山做一件事情！所以人自然就會去流動、去參與這些！換句話說華山是提供一個平台或一個舞台，讓很多內容在這裡產生!也就是創意擂台，各種多樣性的東西產生，大家都互相比較互相競爭，然後慢慢找出它產業化的基礎，一定是說產銷要找到那個價值鏈的關係」(訪談記錄B1)

透過這個平台的媒合機制，華山創意文化園區希望達成的效果是嫁接價值鏈上各階段的行為者，並促成各種可能的合作與交易機會。「譬如就陝西的藝術節來講，就有些同業來跟他談採購談合作，會有另外一種交易市場產生，那就是 B2B 的東西，或者說像這次辦了啤酒節，另外十家啤酒商就會來，想說我下次可不可以做」(訪談記錄 B1)

再以 2009 年 12 月 6 日日本知名藝術家村上隆在華山舉辦的第一屆 GEISAI TAIWAN 藝術祭典來說，其目地在創造年輕新秀舞台，廣邀各界年輕藝術家及創作者創作、參展，建構策展人、收藏家與新秀藝術家三者之間的接點。而華山便希望利用其空間寬敞的特色，讓各種演出與展演發生生，促成創作者與經紀人、創投者交會的機會：

「會刺激出一些中介者的產生，譬如說像村上隆就是一個中間，本來只是簡單做一個比賽，讓人家來參展、讓大家來看展覽，但是在那個展覽的當天就發現突然有一些 hunter 來了，來挑有沒有哪些是有潛力的藝術家？那說不定有些是想做創作的學生，他來看看說有哪些是我可以學習的對象，所以這是讓這一個市場的其他可能性慢慢被搖出來」(訪談記錄 B1)

因此就價值鏈的位置和驅動的方向來說，有別於藝文特區時代以創作端為主的運作模式，台灣文創採取的策略是，由價值鏈後端、從市場發動的方式進行，以達成其營收需求與活絡市場的目的，並且嘗試要將市場需求與創作才能嫁接起來。「我們一定開始先做媒合的概念，但是做這個事情剛開始要先往市場上靠，也要必須有時候往 provider(內容提供者)靠，再去找到彈性的位置，但避免把自己的資源耗在這段價值鏈」(訪談記錄 B1)

「創作端這方面坦白講我們對這端的著墨比較小，現在我們比較還沒有辦法幫助到創作者這端，不管是他的創業發展或是育成發展，我們要先從市場這端慢慢養起來，他的多樣性就會產生，這時候回過來它需求的 gate 才會產生，那我們才知道說在法律上、在財務上、在通路上可以有哪些協助.....有時候我們太偏到前面發想的階段，中間的製作也許不會這麼快的話，但後面市場沒辦法走過來，它就沒辦法造成一個正向循環」(訪談記錄 B1)

而這種經營的策略可以從企業對於產業鏈的詮釋來理解：

「在整個的產品製造的過程跟前面研發的比例，它是往前傾的，也就是文創產品難的不是在製造，是在那個創意，一個商品的價值不在後段的製作，例如去把一個馬克杯做出來，那已經在整個裡面那個 value adding 是最低的，反而在前段如何讓這個馬克杯看起來就非常有文

化，或者是說非常有內涵，然後非常有創意把這個元素帶得進來，才是這個產業裡面最重要的.....所以應該是說如果華山能抓住頭尾兩端，就抓住那個中心啦！」(訪談記錄 B2)

二、 會展演活動與進駐廠商

延續上述從市場端啟動的發展策略，台灣文創首先要善用華山空間提供的會展演機能與園區廠商的合作，吸引消費者，造成群聚，帶動園區活動的熱絡與知名度後，最後旨在經營「華山 1914」的品牌。以下將分別從華山園區的會展演活動與進駐廠商的樣貌，來觀察台灣文創如何透過空間規劃吸引消費者，活絡市場端。

以會展演功能來說，台灣文創在接手華山初期處於摸索市場階段，因此採取被動方式，也就是 2008 年到 2009 上半年幾乎所有的活動都接受申請，根據其統計，2008 年華山總共舉辦了 398 場活動，並估計約有 40 萬人次參與，其中大型的活動包含楚戈油彩畫展、台北奔牛節、漢字生活節、台北國際踢踏節、結合演唱會與創意市集的台北生活節.....等。

除了上述帶狀的臨時性活動以外，到了 2009 下半年，華山地區開始有一些固定的廠商進駐，建立一些常態性的活動空間，因此這些廠商也會開始自行舉辦活動，加上台灣文創亦自行主辦活動，如設計師週、幾米星空展、畢業博覽會、建築師手稿展、玩具展、茶生活設計展及村上隆翻藝祭等.....。有別於藝文特區時代傾向純藝術的展演活動類型，主要以表達藝文創作者的創作理念為依歸；現階段於華山舉行的文創活動旨在凝聚客群、極大化市場消費力。依據台灣文創的估計，2009 年華山共舉辦 381 場活動，估計約有 50 萬人次參與，並有 3 億元衍生效益。

而在進駐廠商的類別選擇上，為了回應前述的消費需求性，特別關注市場性與商品的展銷功能(表 4.1)。更進一步談，有別於先前藝術家與政府對於核心藝術的爭點，討論以內容為主「文化產業化」的可能性；企業思考的重點不再是核心藝術，而是在既有產業上發揮巧思尋求「產業文化化」的可能性。

台灣文創對於產業的詮釋是一種貼近生活的美學與態度，因此當文創產業的類型幾乎無所不包，囊括各式各樣的產業時，他們跳脫以核心藝術為主的思考，從屬於同心圓外圍較具商品化可能與市場性活動的「創意生活產業」[20]切入，因此凡是源自文化積累或創意巧思的結合，以創新方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域的商品與服務皆屬之。而這樣的思考便明顯反映在其廠商類型的選擇上(表 4.1)。

「華山在台北定位就是要從創意生活行動慢慢走到生活美學，從生活美學再走到創意產業裡面屬於在生活商品類的，但這個裡面當中並不是排除音樂、戲劇、電影，是把那些變成一個周遭的環境，那因為創意生活類畢竟它是比較接近消費者的生活層面，這時候比較容易推動它的市場，也可以講說它的營業額」(訪談記錄 B1)

表4.1 華山創意文化園區進駐廠商

類型	進駐廠商	服務內容
設計品牌時尚產業		
文創商品店	1914 Connection 設計禮品專賣店	台灣文創公司自營之設計師禮品專賣店，由華山園區的舊酒廠車庫工坊修整而成，連結台灣各設計公司與獨立設計師之合作，販售生活品味以及時尚風格之設計產品。
	威泰創意股份有限公司	威泰創意股份有限公司主要經營圖像授權、商品設計開發、品牌代理經銷三項業務，致力於生活創意的推廣、創意市集、藝術經紀、藝術商品製作、網路商店架設、實體行銷、個人化商品製作等服務。
視覺藝術產業		
藝廊	明山藝術	名山藝術以經營當代油畫、雕塑、原創版畫、水墨、書法為主要服務，具有二十餘年的藝術經營歷史。

[20] 根據經濟部定義，創意生活產業是凡源自創意或文化積累，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域的商品、服務，或運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習、體驗活動的產業類型皆屬之。

	幾米藝術中心	由繪本畫家幾米籌設之藝術中心，現為販賣幾米衍生商品的文創商店，未來將朝複合式藝文空間方向經營，除了有咖啡館之外，核心服務是畫廊與工作坊，主要以幾米作品為主題，邀請各形式、類型的藝術展出，並將舉辦工作坊與教育課程。
創意生活產業		
餐飲	青葉新樂園台菜料理餐廳	自助式台菜料理餐廳，標榜用餐空間時尚優雅、融合台灣在地特色小吃，提供深具台灣味的純正料理。
	C-Park咖啡	標榜以空間、設計、文化資訊為目標的咖啡品酩概念店。
	Alleycat's Pizza	提供音樂表演的異國風味披薩餐廳
	漱夏Cafe' 咖啡	咖啡輕食餐廳
	老欉茶圃	茶藝、茶器禮品專賣店
	一間茶屋	流行音樂創作人方文山所經營之茶藝輕食餐廳，附加茶藝相關產品販售。
	義麵坊小酒館	義式料理餐廳
瑜珈	easyoga 華山生活概念館	以瑜伽概念為核心的「樂活時尚」(LOHAS Fashion)概念館，展示販售瑜珈相關附加產品。
流行音樂產業		
音樂演出	Legacy Taipei 音樂展演空間	提供大型演唱會場地及專業器材出租。
音樂及表演藝術產業		
兒童劇團	如果兒童藝術館	由劇場創作人趙自強帶領之兒童劇團進駐，定點定時於華山園區售票演出

資料來源：作者整理自華山1914網站
http://web.huashan1914.com/shop.php?cate=shop(2010/07/19)

而為了選擇合作的廠商，台灣文創視「跨界創價」為核心原則，也就是尋求能夠一源多用（One Source, Multi-Use）、以創意進行跨界整合、創造附加價值的合作夥伴。在此原則之下，進駐商店的題材選擇也會考量各種市場及多元性。

> 「我一定要考量到這市場集客力的能量，那會開始想做『茶』，是因為我覺得那個 marginal 比較高又具有台灣本土的特色嘛！.....然後會做一些吃的東西，因為吃的東西它自然就會吸引一些人嘛！譬如說畫廊它可以吸引的是一種人，然後義麵坊可以吸引另外一種人，方文山吸引的是一種人嘛！所以我在想說挑一些多元性的人來」(訪談記錄 B1)

無論是會展演的舉辦或廠商的選擇來說，台灣文創都希望能夠透過一種「文創明星」效應來帶動人潮，讓一些已經頗負盛名的品牌或名人進到華山，使華山漸漸打開知名度並建立品牌，吸引各個領域的創意人、廠商、投資者駐足於此平台，在交流與互動的過程中激發創意與合作機會。舉例來說，台灣文創與知名繪本畫家幾米合作，在此設立幾米畫作相關產品藝術館；周杰倫因熱愛華山環境而在此拍攝電視劇，並進一步洽談未來在此設立周杰倫的流行音樂空間之可能性；知名音樂人方文山亦在此經營茶商店；Legacy live house 音樂演出空間吸引許多流行音樂演唱會、影視、時尚名人的演出等，都是明顯的例子，而這也說明了流行文化與品牌效應在產業發展中的話題性與消費實力。進一步對照現在與過去華山園區的活動內容(附件二、附件三)，可以發現現階段流行文化類型與商業性較強的活動增加許多。早期藝文特區時代由於幾乎沒有進入門檻，因此進駐的活動使用者五花八門，包含各種藝文團體、藝文創作科系與獨立個人的創作、展演活動；現階段由於租金提高，無法提供藝文創作與排練，進駐的使用者也以已經成功的廠商、台灣文創自辦活動與官方活動為主要大宗。值得一提的是，以市場為導向的經營模式與活動類型成為重要的發展策略，例如 Legacy live house 音樂演出空間所舉辦的演唱會往往可以吸引可觀的人潮與收益，成為目前華山園區知名的演出場所。

總的來說，台灣文創希望華山扮演的功能如下：1.文創貿易的世貿中心：提供會議、展覽和演出的空間，讓海內外人士舉辦演講、論壇、溝通想法、交流觀念；2.文創產業的孵夢基地：以文創領域的明星或成功品牌引領輔以優惠方案引領新秀；3.文化力量的未來櫥窗：成為台灣代表性文化的展示平台 4.全民歡愉的休憩勝地。

三、 租金提高與回饋機制

早期由於低度進入門檻與高度創作自由，華山地區成功培育出許多異質、前衛的藝文團體及獨立創作個人；然而國家欲基此成立產業園區時，其推動產業發展與產值要求的規劃取代了此空間早期不計成本育成創意人才的功能。對照前期的發展，現在的華山園區成為產業展示平台，其產值成效壓力與企業投入的高成本反映在高漲的場地租金之上，首當其衝便是這些待扶植或新興的藝文團體面臨節節高升的進入門檻(表 4.2)。

一位表演藝術家便指出「最大的問題是這個地方後來變成藝文界沒有辦法進來的地方，因為它每年要繳給政府 2000 多萬的租金，那它必須要轉嫁到申請的單位，所以藝文團體幾乎都進不來了」(訪談記錄 A2)。下表(表 4.2)收錄華山現行針對一般或商業團體收取之場地費用標準，一位其所屬劇團曾於 2006 年因為華山場租便宜在此進行表演的劇團行政指出「如以下表的金額，XXX 劇團連演出一場都有問題」(訪談記錄 R3)

文建會雖然在契約中要求某些回饋，但是相較於現行租金的規定，官方採取的保護措施對於弱勢的藝文團體十分有限：首先，經營單位應保留 12%的空間給予較為弱勢的藝文團體與學生單位租金優惠方案；再者，企業在官方要求一年至少辦理 12 場戶外展演中，於活動期間配合同時設置臨時性創意空間，以優惠租金方式提供創意工作者進行商品展示、教學及銷售活動。

表 4.2 華山 1914 創意文化園區場地使用收費基準表(現行一般團體)

單位：新台幣

使用空間	總坪數	計價時段	活動日場租	進撤場日場租	保證金
四連棟	560	8:00-22:00	100,000	56,000	100,000
烏梅酒廠	180	8:00-22:00	60,000	35,000	50,000
果酒大樓 2F	60	8:00-22:00	10,800	10,800	15,000
行政大樓 2F	70	8:00-22:00	36,000	21,600	30,000
米酒作業場	130	8:00-22:00	25,000	10,000	30,000
千層野台	185	8:00-22:00	24,000	14,000	15,000
森林劇場	106	8:00-22:00	18,000	10,500	15,000
華山劇場	450	8:00-22:00	80,000	40,000	30,000
藝術大街	400	8:00-22:00	36,000	21,600	30,000

附加說明：

1.超時每小時，加收 1 萬元，夜間超時(22:00~次日 8:00)以每小時 1 萬元計。

2.電費另計使用前後抄錄電錶，每度電費 7.5 元，不足一度以一度計。

3.大型活動(人數上千人)清潔與管理費另計；並需加裝流動廁所。

4.如其他費用(器材租借或額外清潔需求等)超出保證金費用，請需另外進場前結清費用。

5.以上費用均須另加 5%加值型營業稅。

6.以上費用標準適用於 2010 年 12 月底前。

資料來源：引自華山 1914 網站

除此之外，台灣文創在初期開始以個案方式進行與某些藝術家的合作，以早期擔任經營者、帶動華山跨界藝術創作的匯川劇場藝術總監張忘來說，雙方便進行類似「駐園藝術家」的合作計畫。台灣文創提供戶外場地、OT 預定閒置空間(文建會目前交由台灣文創代管)及相關設施支援，由張忘帶領一批新的年輕藝術家進入展

演，2010 年 4 月 9 日~4 月 30 日的「『瀰宮』2010 台北華山風自助藝術節」就是一場結合視覺藝術、裝置展、表演藝術的節慶式活動，號召各界藝術家與一般民眾訴諸自由的、前衛的、跨界的發表創作甚至即興演出。

就企業的角度來說，提供一些基礎設施的支援，可以將原有的藝術家能量引入、帶動人潮、也開啟未來合作機會的可能。「因為他進來之後，會帶動幾種關係，就是說他現在團隊的部分成員有些就會在華山演出，有些在華納威秀，第二個他會帶動年輕的藝術家，來共同做一些事情(訪談記錄 B1)」；而就藝術家的角度來說，他們首要關心的，只有創作而已！「藝術家是不用擔心生活問題的，但是如果你是一個藝術家，你一定要創作嘛！因為沒有華山，這個做不下去……。」(訪談記錄 A2)。企業與藝術社群必須在互信的基礎上尋求合作，以達到互惠共利的結果，而這種個案式的合作模式也在後續期待中被進一步觀察。

另一方面，台灣文創亦自行承諾某些回饋計畫，將提撥稅後盈餘 10%，做為文化創意產業育成基金，並成立「台灣文創發展基金會」，協助推動、扶植產業發展。以 2009 年下旬每個週末舉辦的「華山町 1914」創意市集活動來說，每個攤位收取 600 元的低廉場租費用，讓年輕創作者可以販賣、展示各種自製的創意商品或進行表演，同時免費開放舞台讓許多年輕人組成的獨立樂團發表演出，一方面帶動園區人潮，也提供年輕表演者演出的機會。而這些扶植活動都是在有限的保護規範下，透過企業自發才能達成。

四、 經營挑戰

以華山目前的任務來說，主要在活絡市場並吸引消費者，因此如何透過組織經驗的累積，強化基礎設施、服務與內容的提供，營造一個消費者、創作者與表演者皆願意駐足的空間，成為台灣文創的首要關注。從吸引消費者來說，華山必須營造顧客舒適而愉悅的消費經驗，並且建立其有別於西門町或華納威秀的特色與氛圍，「最大的挑戰是消費者他的體驗強不強？起先華山對於一般人是沒有什麼期待的，

然後初期就有一點點小小的驚喜，那這段接著會有點愉快，他假如愉悅才會再來，才有黏著度，從我的看法應該講就是他的顧客經驗。(訪談記錄 B1)」；再者，從創作者的角度來說，華山必須透過基礎設施的支援與環境的維護提供一個良好的展出空間與經驗，使表演者或創作者願意駐足於此飆創意、並且成功達成其展覽或演出目的。

此外，華山除了在前幾年首先要活絡市場以外，在這些來來往往、流動性高、且範圍包含所有文創類型的活動中，創意文化園區除了提供像世貿中心這樣的展示功能以外，是不是能夠進一步使這些發生過的創意能量在此空間著床，並且發揮其它更為主動性的中介功能？成為經營者在未來一兩年之內必須尋找答案的問題。

> 「華山要不要去當一個 incubator？就是說我們可以去做一些採購或是 developer 來幫助這些內容提供者或商品來幫他策展，或來幫他做產品化之類的.....或者華山不應該花力氣做這件事情，應該幫他找出創投來幫助這些人.....或者應該讓學生來這邊，和更多的建教合作做產學合作做這一塊，或者我應該跟社會青年合作做育成這一塊，或者我應該就既有在市場的人去育成？.....那一種強度或者需求要去觀察，才知道說做哪一塊是有效的槓桿」(訪談記錄 B1)

五、 成功指標

華山創意文化園區是全國首先啟動的產業園區，有別於台灣早期建立的新竹科學園區模式，「文化創意產業園區」這個仍在變動及定義中的概念還在接受觀察與檢驗，就華山被定位為產業行銷通路與展示平台的功能來說，台灣文創公司董事長王榮文提出三點檢視其是否成功的指標：

1. 文創明星匯集之地。也就是華山是否提供足夠優良的設備及服務，包括是否能把咖啡廳或餐廳營造出沙龍的氛圍，使得各領域的文創明星與新秀視此地為首要發表各種出版、電影、音樂、表演、展覽等作品的場所，並且使文創工作者能夠基

此建立激盪火花及合作的機會。

2. 台北的文化觀光熱點。台灣文創公司希望開拓此空間活動的多樣性，建立「華山1914」的品牌，成為國內外旅客的觀光勝地。

3. 創投業者尋找標的之處。華山能否累積已發表過的各種活動資料與文化資本，使政府和民間創投基金能夠在此找到具有潛力的投資標的，透過輸出創作者的才能，進一步創造升級與加值。

第三節　企業主導、政府協助、藝術家監督的磨合關係

經過前期的官方主導摸索階段，這個時期的華山園區由台灣文創公司主導經營。在空間的定位上，這是文化創意產業的通路與行銷平台，從廠商的選擇到活動的引入都以市場消費性為主要考量，旨在透過會展演的功能建立園區活動的流動性，使創作人才、策展人、內容提供者及市場端擁有一個交會的可能，進而促成合作與交易的機會，最後由群聚帶動品牌的建立。

就國家角色來說，文建會將華山以促參法委外經營後，除了以明確的產業戰略定位華山，並要求其能有具體的產值外，在空間的經營上幾乎沒有角色，官方力量退居輔導與協助功能；而以藝術社群來說，除了透過論述與一般民眾一樣扮演監督角色以外，對空間的營運亦不產生影響力。

就行為者的關係來說，文建會與台灣文創公司呈現穩定的合作關係；然而以藝術社群來說，卻在促參法確定之初表達了強烈的異議與不滿，唯恐這種定位與商業化的經營模式將排擠藝文團體的表演空間。然而，台灣文創接手華山至今3年已經漸漸邁入軌道，藝文界的聲音有部分仍然強烈反彈；有部分逐漸開始關心，在這個已經抵定的營運制度之下，未來是否還能透過過彈性的規畫，使華山仍能提供弱勢或年輕的創意工作者需要的資源或幫助？因此開始有藝術家嘗試以個案方式與企業

展開合作，然而這樣的合作是否能持續下去，還有待觀察。因此總的來說，企業與藝文界的關係進入一個相互觀望與磨合的階段。

以台灣文創公司的立場來說，必須首要完成損益兩平、使企業可以維持與存續之後，才能透過完整的基金會運作機能，進一步著墨在上述育成與扶植的議題之上。除此之外。文建會目前計畫於 2010 年下旬與表演藝術聯盟合作，在華山舉辦一個藝術生活節，由官方協助表演藝術團體在華山演出。而這種三方面個案式的合作模式能否在華山這個實體空間裡逐漸穩固積累，還有待觀察。

就活動內容來說，有別於早期華山創作導向的核心藝術展演活動；現階段的活動與廠商皆著重市場性，因此強調名人品牌效應與通俗文化的消費潛力，而就進入門檻來說，企業化經營輔以績效產值壓力，其投資轉嫁於場地租金與申請單位之上，因此無論就選擇取向或環境特性來說，都較適合商業性強或已經經營成熟的業者進駐。

華山空間在此階段被定位為媒合人才與市場的行銷通路平台，傾向價值鏈後端的消費市場。而官方目前將育成前端創作的功能規劃於 BOT 部分，因此其能否發揮功效則有待觀察契約的制定與建築物建置完成營運之後才可觀察。

第五章 文化創意產業化下的園區發展

前面的章節已經回溯了華山的過去到現在，此空間在產業化的過程中歷經政策的更迭與空間功能的轉向，標示著國家、藝術家、企業對於空間定位的不同主張與競合，華山從一個前端的藝術創作聚落走向後端大眾文化消費園區，而觀察華山的演變過程也可以從中了解此產業的張力特性與產業化現象。

事實上，文化創意產業內含的範疇並非嶄新的產業，但是「文化創意產業應如何發展？」仍是一個滾動中的實驗過程，行為者開始思考何謂文化創意產業？又自己在產業地圖中的座標為何？文化創意與產業的關係是什麼？又產業化應該從價值鏈的哪一段切入？而各方行為者的不同看法，揭示他們所立足的不同構面。

從國家與藝術家的互動來說，明顯的產業價值衝突特性發生在兩者的認知之間，特別是關於核心藝術領域的討論，藝術社群最關注的是創作理念與創新環境，獲利並非其首要目的，雖然隨著文化創意產業的潮流興起，一些早期極端反對商業化的看法也有漸漸轉為觀望、思考何謂產業化？的趨勢，但是藝術社群所關照的層面與立論基點主要還是在於前端創新的啟發；而從國家的角度來說，希望導入市場力量，從這個空間提出產值成效是其首要關注；那麼從企業的角度來看，橘園策展公司與台灣文創都採取專業的企業化經營，但是其發展模式仍有不同：前者在採購法架構下接受文建會的補助，仍以其專業核心藝術領域的策展工作為主；後者台灣文創公司在促參法架構下自負盈虧，獲利是其首要目標，而其對於文化創意產業的認知也從未進入前述「核心藝術」的爭論點，始終未以「藝術園區」來定位華山，其所詮釋的文化創意產業是從市場端來思考的生活美學、酷玩態度、和流行文化的愉悅消費。

因此本章將立基於前述的空間演化脈絡,觀察行為者在文化創意走向產業化的過程中，如何站在各自的考量呈現不同的觀點與運作邏輯，嘗試從此對話過程中整理出產業的張力特性，進而從價值鏈不同位置的思考端點，建構產業發展的全貌。

第一節　文化創意產業化的張力

觀察華山的故事，我們可以發現文化創意在產業化的過程中面臨了某些價值衝突與選擇，而不同的行為者立足於不同的角度來詮釋產業的發展，其對話與交鋒過程主要來自於兩方面：一、精緻藝術與流行文化的不同；二、創作端與市場端的張力。以下將分別討論：

一、　精緻藝術 vs. 流行文化

法蘭克福學派的「文化工業」批判理論認為商業化與標準化的工業產製過程將使群眾的文化品味庸俗化，精緻藝術是以審美與表意為主要功能，承載嚴肅的省思意義，注重精神性情的提升，包含古典藝術、現代舞蹈、當代視覺藝術、嚴肅詩劇等，精緻藝術往往是小眾藝術，特別是華山早期的前衛藝術；而大眾文化則是一種訴諸幽默、娛樂，強調常民生活與文化藝術連結的商業文化。David Throsby(2003)指出大眾文化與精緻藝術的差別在於前者是利潤導向型、旨在提供休閒娛樂的庶民文化形式,由於需求規模大且波及廣,在組織生產時對於利益的考慮勝過藝術價值；後者則是傾向更玄奧的嚴肅藝術形式，常常以非營利或個人藝術家的形式存在，他們首要關注的是藝術價值。因此流行文化的當代票房是其能夠在大眾市場存續的保證；相較之下，精緻藝術的消費習慣與市場便需要長時間的累積與養成，因此也常常以政府補助或官方經營的形式存在。

有鑑於此,隨著文化創意產業的時代來臨,流行文化是產業發展的重要施力點，因此主要的爭點已不在於精緻藝術與流行文化的對立；而是這兩種文化的特性與運

作邏輯不同，在產業化的過程中需要以不同的機制回應。而這種精緻藝術與流行文化的差異性也使官方與藝術社群對於「產業化」產生不同的認知。

從官方發展產業、追求產值、將市場極大化的角度來說，流行文化的消費潛力勢必是施力重點。

「像雲門舞集的許芳宜是首席舞者，但是就文創產業要把他市場極大化使用的話，有多少人知道許芳宜這位舞者？其實大概只有圈子內的人。.....那我們說台灣的流行音樂或是戲劇什麼啊！他如果不是打周杰倫的招牌，那周杰倫怎麼上得來？所以產業的市場簡單嘛！因為你周杰倫有市場啊！」(訪談記錄 O3)

而以華山早期的群聚來說，前衛藝術常常討論深度議題，其表現方式更是驚世駭俗，因此雖然其創作中批判、反省與創造性高，但是卻不容易在短時間內看到市場回饋性；然而就官方發展產業的立場來說，其成效的張顯就是要在短時間內看到大量產值的回饋，這便是精緻藝術在產業化進程中首當其衝的爭點。

價值認同與發展策略的取捨便成為行為者難以迴避的議題，文建會從後端產值效益的角度出發，認為所謂的文化創意產業就是其創作必須能夠呼應大眾市場的需求，才能在短時間內與票房效益相輔相成：

「明華園呢！它是文化創意產業，像是在廈門的表演它就可以像吊鋼絲，全場吊，大螢幕，他演歌仔戲是可以現場上萬人，然後說孫翠鳳我愛你，也就是說在整個分際裡面，你必須知道要做什麼，要很明確，你要走這條路的話(產業化)要了解市場的需求，然後才能做呼應。[21]」

然而另一種藝術家由創作端出發所提出的產業化觀點是，必須首先建全藝術環境的基礎建設，然後以教育來推動藝文消費習慣、透過完善基礎環境來打開通路。

[21] 資料來源：摘錄自文建會第一處 方芷絮處長 2009 年 11 月 5 日發表於政治大學講題：「創意台灣-文化創意產業發展方案」之專題演講錄音檔。

林懷民先生便以雲門舞集為例[22]，指出表演藝術團體經營成本高昂，建議政府加碼投資表演藝術團體及基礎環境，透過增列獎補助機制，扶植道具、服裝、音響，燈光等相關行業、透過教育及公家劇場的活化打開通路與市場，他主張首先建全表演藝術基礎環境，再進入產業化進程(林懷民，2003 年 4 月 25 日)。

很顯然地，這兩種對於產業的看法不同在於，文建會認知的文化創意產業是能在短時間內創造大量產值，因此創作端能夠適度向大眾市場端傾斜；而林懷民先生的看法則是從創作前端來思考產業化的順序與可能性，不因為了在短期內獲利向大眾市場端傾斜，而先求穩定前端創作的品質與基礎建設，輔以教育的推廣，一旦市場的養成水到渠成，便能自給自足、進而營利。更進一步談，這兩種不同的思考差異在於，前者要在短期內看到產值成效；後者需要長時間的醞釀及養成。

這時候明顯的認知衝突就會產生，延續上述從時間的向度進一步來談，當精緻藝術碰上短期要求發展的產值思維時，一種對於產業化的焦慮便會產生，也就是在藝文底蘊尚未養成、文化市場尚未成熟之際，立即要求產值的思維將會排除掉某些較不具商業性的深度創作。一位當代藝術策展人便談到：

> 「文化常常是百年大計嘛！一個文化活動做出來，或是說一個文化的想法，它常常需要十年二十年的時間去深根或培養，可是現在如果以產業思維來說的話，它是不容許你有這麼長時間去想這件事情的，因為你無法立即見效，或者是說你這個產業可能十年還見不到績效的時候，他會覺得是沒有用的，那這樣異質的東西就會被排擠掉」(訪談記錄 R1)

[22] 以 2002 年的演出為例，國外演出 34 場，國內演出 36 場，包括 4 場免費戶外公演，該年度收入總額為 122,789,786 元，支出 124,654,563 元，不足額為 1,864,777 元。以雲門每個月營運費約 600 萬元來說，該年度文建會扶植藝文團隊的補助 970 萬元可以維持一個多月的營運，其他政府補助便來自於國藝會、文建會及其他相關部會之專案補助。政府的補助雖然不到 19%，但是舉足輕重。(林懷民，2003 年 4 月 25 日)。

另一位藝術家在思考產業化的現象時，認為文化創意產業化是世界必然趨勢與台灣未來的出路，但是他同時也指出以產值思維來發展產業將會使藝術生態面臨困境：「台灣的政治結構不能等待藝術開花結果，藝術這種東西都是要很長時間的，不能等待是有問題，基本上台灣應該要學會一件事情，就是等待。藝術家要等，政治人物也要等。(訪談記錄 A2) 」；然而這種高度的理想性對於許多期待透過產業發展為台灣在知識經濟時代找到利基的行為者來說，恐怕顯得過於遙遠，特別是華山經歷前面的政策摸索過程，產值成效的檢驗在即。一位文化事務官直指政府施為的難處與選擇，「因為像我們到立法院，會看說文建會這邊拿了政府這麼多資源，會做出什麼成果出來？所謂文化創意產業的成果，你的產值在哪裡?（訪談記錄 O3）」，這便是認知不同之所在。

上述不同的看法剛好反映了產業化過程中，不同行為者對於產業的期待、精緻藝術的焦慮及其與流行文化的差異性。有鑑於上述兩種文化表現的確存在特性與運作方式的差異，文建會清楚認知「文化創意事業」與「文化創意產業」之間施政目標與邏輯的不同，將之分成兩套系統來處理，前者是既有的文化藝術獎補助機制，強調政府扶植與補助的功能；後者是產業發展，強調的是投資與成本效益。其目的就是在緩和這種精緻藝術價值與大眾市場價值常常不成正比的關係。

> 「談到文化創意產業，他是一翻兩瞪眼，不是說他多偉大、多重要就可以的，我們並不是包山包海全部納進來，到時候是需要接受檢驗的[23]」。

> 「我們分得很清楚，核心藝文這一塊，文化藝術獎助條例還有文資法、有形文化資產、無形文化資產那一塊的補助要繼續做。」(訪談記錄 O1)

由此可見，產業中不同塊面的特性必須以彈性的機制來回應，以華山的空間改

[23] 資料來源：摘錄自文建會第一處 方芷絮處長 2009 年 11 月 5 日發表於政治大學講題：「創意台灣-文化創意產業發展方案」之專題演講錄音檔。

變而言，產值要求的思維理所當然使其成為市場導向的展示基地，而租金提高藝文團體的進入門檻也就可以想見。於是在此基礎之上，更重要的問題便是追問現有的制度環境是否能夠回應上述兩種消費文化的差異及張力性，讓藝文事業找到產業化的基礎，與通俗文化產業並存發展同時相輔相成。

事實上，除了前述的爭點以外，文化創意產業的初衷應該是在充分尊重這兩種不同文化差異性的基礎上，強調產業發展要有文化思維、藝文活動兼顧應用與行銷，而不是在神聖化的精英文化崇拜與通俗文化之間製造零合遊戲，因此理想的發展模式應該是以藝術文化、美感與創意的養分為基礎，透過教育與推廣，讓人們在消費的過程中獲得生活品質與精神性情的提升，形成良性的回饋。有鑑於此，以純藝術概念與技巧為根基，嘗試結合其它產業或是媒體的新興應用藝術形式漸漸受到重視，而許多新形式的創意表現也越來越難以用「精英藝術」或「通俗文化」這樣簡單二元的看法來定義，例如：設計產業、創意市集手工產品、客製化創意產品.....等，這些新興的創意表達也成為文化創意產業的趨勢，而許多從事精緻藝術工作以外的創意工作者也成為產業發展中的重要行為者。換言之，我們可以將文化創意產業視為一個具有張力性而連續的光譜，在光譜的這一端是最具有嚴肅意涵與文化價值的精緻藝術，其短期市場潛力不高；另一端則是最具有商業價值的流行文化，商品化收益高，那麼中間有一些新興的創意表現形式正悄然而生。

幾位藝術家談到他們所認知的文化創意產業是一個連續的結構，純藝術創作雖然市場回饋性不明顯，但是透過跨界整合，卻可以成為應用藝術或大眾文化商品的消費基礎：

> 「純藝術在前端，那中間是設計跟大眾，到最下面才是到了媒體大眾這一塊，那你前面的發射器人才養成或是創意的氛圍沒有守住的時候，你只有後端，你會很辛苦。」(訪談記錄 A4)

「你的純藝術夠好，locally aesthetic 在地的獨一無二的東西才是 creative，你現在問幾米他還是很喜歡畫東西，然後幾米和文化人溝通，跟著就變成一齣戲、一個舞台劇、一個演出，跟著變成電影，變成產品。」(訪談記錄 A5)

另一位文化決策官員也以動畫產業為例，說明純藝術和應用藝術之間的關係，認為新興科技媒體必須整合藝術根基，才能創造好的文化商品：

「你還是把學生的基本藝術史、美學、你的專業學好.....「夢工廠」這間動畫公司出的摩西的故事「埃及王子」，其中一個老闆 Jeffrey Katzenberg 來台灣宣傳的時候說，他們在做這部動畫時，那個畫風就是希望呈現一個後期印象派的感覺，那個畫的調性是統一的，我的意思是說那個基礎還是很重要。」(訪談記錄 O1)

然而由於應用藝術較純藝術創作更具有商品化與銷售的潛力，這種連續的關係將因為產值效標思維而產生張力。另一位文化事務官便提及官方在發展產業時，相對著墨於應用藝術的商品化潛力，其勢必較適於在產值要求的遊戲規則中生存下來。

「那我們講產業部分其實涉及所謂的應用藝術，這種情況之下純藝術的部分尤其像華山早期進來的藝術家其實比較像純藝術，尤其是前衛的、實驗的，因為要做產業呢！所以這些藝術家反而就到外面去了」(訪談記錄 O3)

由此可見，隨著產業發展潮流與商品化的趨勢，文化創意的表達方式越來越趨廣泛而難以清楚界定，單單只討論精緻藝術或是通俗文化恐怕無法反映文化創意的複雜與多元性，因此唯有覺知前述的張力性，以適當的補助機制進行輔導，不使產值思維成為「創意文化園區」的進退場門檻，以維持這個光譜的創意活力，讓各種形式的創作能量都能夠有空間盡情發揮，才是文化與產業發展的長久之計。有鑑於此，保護創作端的創意萌芽，讓各種類型的創作與發想都能夠擁有充分自由的環境

與資源得以茁壯，成為關鍵。然而有趣的是，在產業發展的過程中，創作端的運作與發想也將與市場端產生張力，以下將進一步討論。

二、 創作端與市場端的張力

前端創作與後端消費連結時也將產生某些價值相左。首先，從創新的起點來說，以華山早期群聚的藝術創作為例，多是帶有高度實驗性、前衛性的藝術創作或是年輕新興的創作者，而這種前端的實驗與研發過程往往是概念雛型成熟化的溫床，是創新與創意產業化的基礎；然而同樣的，由於此階段的創意仍然處於新興的實驗過程，因此其與市場的關係曖昧不明，特別是前衛藝術的創作，其在大眾市場的消費潛力是難以期待與評估的

> 「社會上如果都靠主流是會壓抑創新的，因為像二三十年前，伍佰那時候叫吳俊霖在溫州街小咖啡廳唱歌的時候，誰會理他，可是那時候我們覺得這個人很有才氣，你就慢慢在那邊被考驗，他就慢慢從邊陲一直到主流上來.....因為歷史的證據一再地告訴我們，所有的創新當初都是邊陲的」(訪談記錄 O1)

事實上，研發基地的功能在於生產創意而非生產產值。而這種可以容納、生產各種前端創意的溫床通常須以低限制與低門檻維持創意空間的自由性與使用性。

第二，針對前端創作的取向來說，官方看法與創作者的看法也會產生某些出入。官方認為有產業思維的創作者必須要有明確的市場方向才能將其創意資本有效地投遞，呼應市場需求，主管文化創意產業的文建會第一處方芷絮處長曾表示：

> 「像藝術家，我就是喜歡這樣子，這就是我的創作，你不能夠改，那他就不是走市場的路線，他是走另外一條路線的(補助)，如果要走市場路線的話，你某一個程度需要跟著市場性來走[24]」

[24] 資料來源：摘錄自 2009 年 11 月 5 日政治大學演講：「創意台灣-文化創意產業發展方案」錄音。

然而對於許多藝術創作者來說，他們從事創作的時候，首要關注的仍然是創作理念本身，認為唯有堅持創意的初衷，才能產生感染力與原創性高的作品。以一位新秀小劇場導演兼演員的創作經驗而言，他談到自己並不排斥產業發展，並且認同開拓市場所帶來的優勢，但是對於這些掌握創意資本的創作者來說，維持創意的核心價值仍然是他們的首要關懷：

「我覺得過程中市場被打開是一件好的事情，因為跟更多人對話沒有什麼不好，但是跟更多人對話之前，你必須知道自己想說什麼，所以我常覺得如果我沒話說的話，我必須要離開這裡(指舞台)，就是他一定要有一個本質的東西在那裡，不然我先去想我有沒有市場的時候我一定會完蛋！」(訪談記錄 A6)

這便是許多創作者與官方在理解創意生產與產業生產時的差異。顯然地，這些觀點的不同是來自於其各自立基於前端與後端不同的功能與運作邏輯所致：前端需要投入研發；後端銷售由產值來檢驗。

一位視覺藝術家談到創意端的育成研發功能，認為必須讓創意自由茁壯，等到能量成熟，自然具備與市場接軌的能力：

「就給他玩啊！比如現在做了什麼 digital game 的生產，做一千萬的話企業可以抵稅，可是你有沒有考慮這個 game 的創作人，他在做 digital innovation 有沒有 support？我說這裡的一千萬變成十個一百萬給十個年輕人去做不是 game 可是好玩的東西，new media, new art 給他去搞，過五年已經不是 game 了，it must be something beyond the game，給他們 incubate 的機會。」(訪談記錄 A5)

另一位表演藝術創作演員談到研發部門的運作模式「有一個東西是研發部門，而研發部門它要走去未知的地方，可是未知的地方你不能第一時間用價格要求它，因為它是未知的，哪來的價格？所以好像要在對的地方要求價格。」(訪談記錄 A6)

然而另一方面，當官方決定將華山轉型為產業園區時，為了提出產值成績，其所思考的是如何透過成本效益的計算，提出具體成效。「那時候是大家都不計成本，那反過來說文化產業的時候，有人對文建會說你要注意成本喔！你要拿出產值出來啊！你既然是做文化創意產業，你總不能說成果是栽培幾個藝術家吧！」(訪談記錄 O3)

上述兩種論述乍聽之下截然不同，但是更細緻地談，這些不同的思考差異不過是由於立基於價值鏈前端與後端不同的運作邏輯與需求所致。因此當我們以產值思維這種靠近後端的功能來要求前端創作時，明顯的價值衝突與誤解便會產生。

一位企業家在經營文創產業的過程中思考其發展模式，嘗試從上述各自立基於創作端與市場端的考量提出一種平衡的論述，企圖以樂觀的態度溝通這兩種看法對於彼此的不信任與焦慮，「文創不是很快會賺錢的，但是當他起來之後 margin 是高的，文創他 burn rate 不是很高，不是要投 100 億的半導體工廠，他今天投五億的創意工廠在這邊，但是他前面不可以預期馬上產能生來會賺錢，所以他現在做 facilitor。」(訪談記錄 B1)

有鑑於此，文創產業價值鏈中的每一段各有其特色與運作邏輯，需要以不同的機制來進行輔導。從華山演變的過程來說，不同的制度設計促使空間發揮不同的功能，早期藝術創作者首要注重創作育成的環境，那其實是前端投資與研發的過程；而官方背負產值與政策成效壓力，選擇將此市中心具有歷史意義與特色的空間打造成為文化創意產業的展示櫥窗與消費基地，代表的是以產值效益來檢驗的後端市場功能。釐清了前端與後端的張力關係後，便可以了解華山藝文特區轉型成為產業園區過程中的爭點關鍵所在。

綜上所述，回顧這一節討論的產業張力特性，文化創意不等於產業主要指涉兩層意涵：一、通俗文化與精緻藝術的特性與收益時效性不同，因此政府將前者稱之為「產業」；後者稱之為「事業」。二、前端創作尚未走到市場端的實驗過程。文建

會雖然以前述的「補助」及「產業」雙軌機制來回應這種「文化創意」不等於「產業」的現象，但是更重要的是透過理解上述的產業特性，進而檢視現有的制度環境是否能夠包容或滋養各種創作，包含精緻藝術到流行文化各種創意的展現，而不因市場導向壓抑創新，然後才能在活力蓬勃的創意培養皿中萃取逐漸成熟且具有潛力的創意進行商品化或向市場端輸出，使創作實驗室與消費市場都能夠充分活化與溝通。由於文化創意與市場存在張力關係，需要以彈性的運作思維與機制來因應，無法以絕對的產值效標來思維，特別是屬於精緻藝術與前端的創作活動，更需要受到保護。下一節將回到華山的歷程來討論，當官方以產值要求重訂空間規則之後，的確使市場開始發揮功能，但是若沒有在充分協商與理解的情況下，以彈性的機制回應這種產業張力特性，讓前端創作功能得以持續，矛盾就會產生。

第二節　遠離華山：出走的藝術創作

延續上述的討論，當華山的空間功能由育成中心轉變為消費展示基地時， ROT 的契約設計也讓此空間的行為者發生改變，由於自負盈虧的經營壓力使成本轉嫁到場地租金上，負擔得起而得以進入的廠商或團體也有所更迭。

以2008年台北市政府主辦的第一屆「台北藝穗節」為例，此活動強調「創新、實驗」的精神，由承辦單位台北市文化基金會承租台北市幾個重要的演出場地[25]，並號召64 組創作團隊，進行170場涵括戲劇、舞蹈、音樂、音樂劇、默劇等藝術表演，演出團隊不必支付場租，票房收入也全都歸演出單位。然而該活動的場租支出共計60萬元左右，其中華山的兩個場地高塔區、車庫工坊就佔了該活動場租總支出三分之一，也讓官方主辦單位表示「實在太貴了」！(溫慧玟，2009：27)

另一方面，華山重新定位為市場平台與租金調整之後，許多藝文團體或創作個

[25]包含牯嶺街小劇場、南海藝廊、台北國際藝術村、華山創意文化園區、西門紅樓劇場、IP DANCE SKOOL 西門館、貳拾陸巷、Somebody Café 及電影公園等。

人必須另覓場所進行創作與表演。幾位視覺藝術家提及華山的藝術創作聚落解散之後，這些創作活動分散到全台灣各地區：

「都散掉了，現在台北市的這些空間小的反而開始多，就是一塊一塊的.....，那現在其實比較熱鬧的是後山，就是台東那邊(都蘭糖廠)。它也是一個廢建築再造的，旁邊還有很多民宿和咖啡廳啦，那是他們自己弄的，就是沒什麼錢，但是有活力。.....那像台灣很多的藝術家都是像家庭代工式的，全部躲在家裡的陽台或是頂樓在那邊畫，台灣的個人工作室非常興盛，可是這種東西就是變得非常小」(訪談記錄 A1)

「就回家啊！在家裡創作啊！有些就像台南的海安路，那有些就跟建設公司合作，去幫你做建設公司的樣品屋啊！或是回到學校裡面的展場」(訪談記錄 A4)

另一位表演藝術家提到華山對於表演藝術領域的影響，許多小劇場因為吸收華山的養分得以茁壯，而華山空間的轉型使得藝文團體必須另覓場地進行創作與表演，體質較為健康的表演團體能夠生存下來，進而壯大；然而更多的情況是，許多還在成長的創作團體因此停頓：

「一般來講分成兩種人，一種是做起來的，那他當然就可以到正式的空間啊，到國家劇院到國父紀念館，它有票，有辦法生存，可是有這種能力走下去的單位並不多，金枝演社算是一個，它就是從小劇團到現在變成中型劇團，.....這幾年藝文界的人就開始亂竄啊！這裡沒得用啊！只好去找別的地方，不然就是沒辦法做創作，所以很多單位就死掉了。.....最起碼散掉一半以上，而且都是很優秀的，那這些團體當然有些還是活著，但是形同虛設，就是說它基本上活著，但是並沒有繼續做創作，因為做創作就賠錢。」(訪談記錄 A2)

這是由於空間轉型之時，官方與藝文團體沒辦法充分理解、接納彼此的看法，並且建立信任所致，因此沒有透過彈性的機制讓研發和消費的角色在原有的空間妥協，或是在不同的空間發揮功能。一位文化事務官便提及：

> 「其實另一個方面來談，育成和創新這個階段是不是在其他地方也可以發生？比如說藝術家的需求要提出來，然後政府這邊看可以提供什麼服務，兩個想辦法把他媒合，我覺得這一點的溝通沒有形成.....沒有連結的話，那政府又希望發展成產業園區，他把原來一個所謂產業發展從創新、創意端到產業端，本來是兩端，但是中間的連結斷掉了。」(訪談記錄 O3)

文創產業的精神原本應該是強調產業發展要有文化思維，而藝文活動也必須兼顧應用與行銷，透過跨界合作，使藝文創意得以在市場上形成良性回饋，並基此推廣文化的影響層面。但是若沒有以彈性的機制與空間安排回應上述的這種產業特性及不同需求，藝文與產業相輔相成的的初衷亦可能形成彼此緊張的關係。

有鑑於此，本文主張政策必須實施彈性的做法，以不同的機制輔導文化創意產業中的不同塊面與價值鏈中的不同端點。事實上，以華山現有的空間來說，要負擔 15 項文創產業的消費功能以及創作端的創意功能，仍然十分有限，因此以「創意文化園區」這樣的產業空間策略來說，必須要首先釐清其在價值鏈中的定位，並且彈性使用不同的輔導機制使空間能夠發揮不同的功能，進而回應前述的需求。

以華山的演變經驗來說，當此地區由前端創意的育成基地轉型成為後端消費的展示平台時，政策必須在市場機制中彈性實施保護措施，讓上述難以用產值思維要求的前端、藝文創作、表演活動得以在原空間生存，或者到其他地方延續「我們說要保護的東西就是藝術，因為另一樣東西都可以在市場機制裡面完成，可是有一些東西是你不留給他空間他玩不起來的(訪談記錄 A2)」。而這樣的看法呼應林懷民提及表演藝術產業所言：

「厚重深刻的嚴肅作品是表演藝術的根底，可能驚世駭俗；創意性濃烈的實驗性作品，是表演藝術的 R&D。這兩個塊面的市場性潛力不高，推動產業化的同時，政府必須大力保障這兩個塊面的生存空間，減低產業化作用對文化發展可能導致的傷害。」(林懷民，2003 年 4 月 28 日)

一位藝術家談到政府應該透過扶植藝文創作及展演空間的基礎設施，找到產業化的基礎，他建議在契約設計上由官方進行扶植，對於企業要求的權利金可以少收一些，降低藝文團體的進入門檻，使其能夠在此市場平台展現創意。

「文建會要那 2000 萬幹嘛！你比如留 20%的空間給年輕藝術家，然後這兩千萬你要服務他們的計畫，兩千萬給兩千個活動，每個活動有 DM 也好、行銷也好、然後做媒體，天下太平了啊！2000 萬給國庫幹嘛！你給王榮文去做就好了啊！」(訪談記錄 A5)

另一位劇場創辦人提到創意文化園區的定位應該明確，意即華山空間有限，當此地區以市場功能定位之，便讓其發揮該有的平台與產業對外櫥窗功能；而政府可以整合其他空間資源，讓創作功能在其他地方發生。

「政府應該有好幾個創意文化園區，不是這裡(指華山)，專門給各種不同藝術的團體或藝術家在那邊上班。這個地方比如說他有一些共同的設備，一些法律的、智慧財產、國際交流、補助、貸款的服務等，這些政府可以提供補助，然後他們可以有工作坊，大家分享經驗。比如說以表演藝術、設計、新媒體各式各樣藝術類別為主題。.....一種是看條件的，就是你成功了我可以拿到多少錢，讓大家都有選擇；另外一個是屬於專門給藝術家，尤其是那個越是落魄的地方，越是需要整頓的地方，讓藝術家以最少的金錢可以進駐在這裡，因此他的一樓就可以做展覽跟販售，二樓就是做工作室，三樓是住家」(訪談記錄S1)

由此可見，由於文化創意產業與實體空間的運用關係密切，以彈性的空間規劃來支持價值鏈上不同端點的功能與需求便成為產業發展的核心議題。因此跳脫「創意文化園區」在字面意涵與具體空間上的侷限性，而能以更靈活的政策工具與網絡關係來串連不同的群聚效應，完整或互補價值鏈的功能，才是以群聚效應為初衷的園區任務。

國立政治大學
National Chengchi University

第六章 結論

第一節 研究發現

第一，回溯本文的研究問題。首先，在華山產業化的過程中，藝術社群、國家與企業各自於不同階段扮演關鍵的角色。藝術社群一開始在歷史偶然之下進入此空間，主持以創作導向為主的經營模式，政府於此階段則是採取相對被動甚至放任的態度，經營社群在此階段使華山成為當代藝術領域的創作發表聚落；2003 年起國家轉而介入主導此產業園區的轉型，由於四年內三任文建會主委對於空間走向的不同主張，致使這個階段的成果主要展現在硬體建物的整修，軟體規劃則處於未定狀態，藝術家社群的影響力轉而變小，而首次進入的企業角色也主要服務國家政策；2007 年起，政府以促參法將華山委外經營後，得標的團隊正式進入運作，企業主導的空間走向以市場導向為主，華山成為產業發展的通路平台。就空間演化的發展特色來說，此空間由早期藝文創作功能隨著時代的演變，轉而背負經濟發展的責任，從一個小眾藝術創作聚落轉變成為大眾流行文化消費園區(表 6.1)。

接著，在前端藝文創作引入後端市場力量的產業化過程中，發生了政策的改變與行為者不同價值取向的競合。從政策的演變來說，政府從一開始的放任態度轉而積極介入產業園區的轉型，華山從一個非營利的藝文園地轉而背負經濟發展的責任。而在國家角色積極介入之後，我們也可以看到政府政策對於新興產業尋求發展模式的學習過程，加上文化機關每一任主委的不同想像，使空間呈現不同的樣貌：陳郁秀主委以純藝術產業為核心加以擴充，傾向委外經營；陳其南主委提出爭議重大的新舊建築共構創見，傾向自主經營；邱坤良主委礙於外界爭議與政策成效壓力，快速決定將華山以促參法委外經營。有鑑於此，這個政策更迭的產業化過程也引發行者的價值競合與角力，顯示他們對於空間與產業的不同主張：藝術家社群憂心產

值思維的空間策略會擠壓文化藝術及前端創作活動，他們對於空間的要求是能夠孕育前端創意與藝術的培養皿；而政府與企業角色多站在市場端思考如何將市場極大化，提出產值成效，主張空間成為產業園區之後應當扮演生產產值的功能，這便是兩者最大的焦慮所在。

更進一步談，上述的角力過程也可以觀察出文化創意產業化的張力現象，其主要來自於精緻藝術、前端創作兩者與市場端的關係：一、藝術社群認為精緻藝術領域難以在短期之內創造大量產值，需要透過基礎環境的完備、長期教育推廣與文化消費習慣的市場形成，建立產業化的基礎；二、前端的研發過程往往需要空間與資源投入使其萌發，而最具實驗性的前端創新與市場關係又往往最為模糊不明。因此當這兩個部分被要求在短期之內創造大量產值，不同的價值拉扯也就可以想像。

表 6.1　華山創意文化園區各階段發展特色(1997 年~迄今)

	1. 藝術家主導的網絡群聚期 (1997 年~2003 年)	2. 國家介入與園區轉型期 (2003 年~2007 年)	3. 企業進場後的重新定位期 (2007 年~)
國家角色	被動配合	主導經營	監督、輔導、協助
藝術社群角色	主導經營	逐漸淡出的監督角色	監督
企業角色	尚未出現	配合國家政策	主導經營
空間發展特色	創作導向的小眾藝術創作聚落	投資硬體修繕，摸索軟體規劃	市場導向的大眾消費園區
群聚類型	創作型群聚	創作型過渡消費型群聚	消費型群聚
轉變關鍵	歷史偶然之下，藝術社群進入此閒置空間群聚創作。	文化創意產業成為知識經濟時代潮流與趨勢，國家選定華山藝文特區做為產業發展基地。	由於政策更迭，政府主導空間發展幾年之間沒有明顯成效，隨著外界對於產業發展與產值壓力的高漲，文建會將之以促參法委外經營，期望透過民間力量活絡市場。

資料來源：作者整理

第二，華山的發展脈絡揭示了產業發展的複雜性。文化創意產業與其他產業的不同之處在於，價值鏈中的加值過程向創作前端傾斜，亦即產品的最大加值量來自於創造性的特色與感染力，而這種加值效果能夠真正奏效的前提是創作端與市場端能夠相互整合、適切連結；然而特別有趣的是，由於創作者常常具有為創作理念而創作的個性，而實驗性最強的創新又不具有立即的高商業回饋性，事實上，依循既定成功模式的創作反而可能成為創新的阻礙，因此創作前端與市場後端的關係往往甚為曖昧不明甚至具有張力，這便是文創產業的特色。因此以彈性的機制支持中間的連結過程是為關鍵。

第三，延續上一點，以人文思維為基礎的產業化模式便相對重要。由於產業發展與文化發展的邏輯與目標不同，有時候甚至會產生張力關係，因此有必要適切地溝通、妥協。亦即產業發展雖是終極目標，但是不願等待、營利至上的運作邏輯反而不利創意的萌發。由於精緻藝術與通俗文化的特性與時效不同，需要以不同的方式扶植：流行文化適於大眾市場的生存機制，較快可以看到成效；而核心藝術更需要加強保護，從基礎建設的強化，搭配教育推廣開拓市場，找到產業化的基礎；另一方面，前端創意往往需要空間與時間的投入進行研發。有鑑於此，產業發展便需要以人文思維為本和對於文化創意的信任態度來緩和急就章可能造成的傷害，那麼這樣的制度環境不會因為產值要求而忽略了創意的萌發，反而能夠相輔相成，使文化創意與產業發展齊頭並進。

第四，「創意文化園區」仍是一個定義中的概念。早期藝術家所認定的創意文化園區是能夠生產創意、以創作為主體的空間；而在轉型過程中，政府一度認為創意文化園區是創作與生產同時發生的場域，創作者在完成創作之後也就可以在當地直接銷售；那麼現在在企業眼中的創意文化園區是以市場來驅動的消費園區。由此可見，文創產業園區的模型與論述尚未定於一尊。因而本文認為創意文化園區除了仍是一個辯論中的發展模式，其更應該跳脫實體空間的侷限性，是一種能夠以群聚效應將創作端與市場端需求連結起來的整合性空間概念。

第五，國家力量關鍵卻有限。在華山的發展脈絡中，各個行為者雖然在不同階段發揮了不同的功能，但是促使每個階段改變的關鍵仍是國家角色，政府從放任、介入到逐漸淡出，其態度與作為決定了空間的發展與走向。早期由於國家角色放任，使華山成為藝術社群主導的創作場域，爾後由於產業政策輸入帶動地區的轉型，政府轉而積極介入，然而由於文建會對於此一新興受到關注的產業範疇仍在學習過程，特別是其由文化發展機關的身分轉而要負起經濟發展的責任時，開始進行角色的調適與學習，於其主導空間期間委託民間進行許多產業與空間的調查研究，而經過幾年時間的摸索仍未釐清發展策略，最後政府才決定將園區以促參法委外經營，希望透過民間企業的力量帶動產業發展。由此可見政府政策的態度是為關鍵，但是在華山的故事中，國家角色卻無法發揮的明顯的啟動角色。王振寰(forthcoming)指出由於創新的知識仍待建構，對於根本性創新或是全球正同步展開的新興產業而言，國家官僚不但不具有相關知識，亦無從學習，因此國家角色已無法由上而下領導發展，至多只能扮演建構有利知識創新和資訊交換的基礎環境推動者。而從華山的故事來看，國家角色的介入到退出便反映了這樣的趨勢。回到先前的討論，有鑑於國家力量必須首先釐清自身的角色，並且充分理解上述的產業特性，以及行為者與價值鏈的不同需求端點，才能建立有效的基礎環境觸發產業的發展。本文欲基此提出建議，嘗試以靈活的思考來回答前述的問題。

第二節　政策建議

綜上所述，從完整價值鏈的角度來說，本文認為政策制定與設計應該彈性地因應前面討論的產業張力性與其導致的不同生存法則，進而讓許多異質、短時間無法創造大量產值的藝文活動能夠延續；使價值鏈中不同端點的功能得以發揮。下面將分別討論兩種可能的思考：一、把藝術帶回來。透過補助機制讓核心藝文團體及創作個人更容易在華山原有的空間發表演出，讓創投者得以尋覓活躍的創作力，使其

發揮「媒合平台」的功能；二、遍地開花。開拓新的空間讓前端、藝文創作能量得以延續與著床，並且善用網絡關係連結不同聚落的不同功能，使完整的價值鏈得以成型、奏效。

首先，以華山的現況來說，流行文化與名人效應的確有助於建立「華山 1914」的品牌，並且帶動人潮的消費力，但是租金高漲的情況便也理所當然導致空間使用者的轉換，文建會雖然在 ROT 契約中訂定 12%的租金優惠比例，但是其並沒有明確訂定規則，確保其優惠程度是否符合核心藝術團體的生存條件。

有鑑於此，本文認為政府在產業化過程中應該加強補助與扶植措施，提高在大眾市場機制之下相對弱勢的創作團體與個人的曝光機會，由官方出面進行某些補助性的合作活動，例如2008年第一屆「台北藝穗節」便是可以參考的例子，而文建會預計於2010年下半年度與表演藝術聯盟合作，在華山舉辦「藝術生活節」，也是可以期待的模式；而呼應許多藝文團體的看法，在委外契約的設計上加以調整，可以減少權利金的收入，並且明確規範藝文團隊或創作個人可以獲得租金優惠的排演空間及時段分配，才是積極的妥協之道(溫慧玟，2009：27)。藉此讓經營企業可以充分發揮開拓市場的角色；而負擔不起高貴租金但卻多元且充滿創意的團隊與個人得以在此舞台發聲，這才是「創意擂台」與「媒合平台」的初衷，而合作機會的促成所衍伸的後續效應恐怕比園區本身的收入更為可觀。當然，類似的制度妥協或是彈性的合作方式仍然必須要在政府、企業和藝文人士之間的信任架構上進行，才能確保制度設計的平衡，確實符合各方行為者的需求與期待，形成多贏的局面。

第二，另一個可能的思考是開拓新的空間，讓這些難以進入高門檻的前端創作、表演活動得以持續，然後善用網絡的連結，讓網絡與聚落相輔相成，使創新系統與市場端各自發揮功能，並且適切地連結。

以華山的空間規劃來說，文建會目前計畫未來將執行增加高樓空間的 BOT 委外計畫，同時將在新建物中分配一定比例空間做為創新育成之用，這便是一個可能

的做法，以補充華山園區現有空間功能的不足，然而由於這部份的政策執行仍屬於未來式，細節的安排能否容納多元、幫助前端創作的功能發揮，還需要觀察政府與委外單位的契約設計與其進退場機制的規劃而定。

此外，北京「798 藝術園區」也出現了類似的情況，值得進一步思考反省。雷同於紐約 soho 區的「蘇活效應」－藝術家基於低廉房租聚集於未開發地區，並將其改造成有趣、吸引人的地方，其創意聲名帶動當地發展，吸引許多畫廊、酒吧、餐廳、精品店進入，最後高漲的租金迫使原來的藝術家離開，只留下商店。以因藝術氣息濃厚而斐聲國際的北京「798 藝術園區」來說，近年來因為畫廊進駐、過度商業化、租金高漲等問題，藝術家們開始出走，另覓創作園地。而由於 798 的成功發展經驗，北京大量興建藝術園區，興起一片熱潮，也讓原來在 798 的藝術家多了選擇，例如近年來新興起，同樣位於北京的宋莊畫家村－「小堡藝術村」，便因為租金便宜、環境寧靜、畫材器具供應配套完整等因素，成為原來聚集於 798 與年輕藝術家們新的藝術創作聚集地，然後透過網絡的連結，讓藝術家的創作可以透過 798 這個國際藝術市場輸出，因此「小堡藝術村」和「798 藝術園區」的差別便在於前者是「生產基地」；後者是「貿易市場」(經濟參考報，2006)。

因此回到台灣的情形，當華山被指定扮演交易市場與媒合平台的角色時，政府應該發揮輔導與協助功能，讓前端或藝文的創作可以在其他聚落發生，然後透過網絡的連結，將這些具有潛力與活力的創作在華山這樣定位為「表演舞台」的空間呈現，促成前端與後端的連接。以視覺藝術為例，文建會近兩年開始進行類似的連結工作，在台北藝術大學、台灣藝術大學、屏東科技大學、崑山科技大學設立育成中心，進行個人創作的扶植與個人工作室的營運培育計畫，同時搭配展店的銷售，接著 2010 年開始文建會與「西門紅樓」展演館進行合作，提供經費給予上述這些育成中心的個人工作室創作成果於西門紅樓空間展售[26]，這便是一個可能的推動方式；那麼以表演藝術來說，其所需要的排演空間可能更為廣大，便有賴政府放寬法

[26] 資料來源：訪談記錄 O1

規，以低門檻協助其進入公有空間進行排練與公演。

更進一步來談，立基於實體空間的群聚效應對於文化創意產業的發展舉足輕重，因此釐清空間的角色與功能，透過彈性的空間政策讓價值鏈中不同端點得以展現、串連，進而使蓬勃的創作力可以輸出，刻不容緩。因此如何透過結合各個小型聚落、或者成立新的大型聚落，讓實體空間與網絡相輔相成，支撐前端的創新系統，然後更進一步透過網絡連結，讓市場端與創作端產生連繫與合作更是重要的任務。

綜上所述，本文認為文化創意產業的永續發展有賴各方行為者理解其產業特性，在相互信任的架構下合作。文化創意產業的獨特性在於：一、價值張力性；二、網絡與聚落相輔相成的重要性。首先，為了回應價值張力的產業特性，政府必須提供彈性的制度環境，能夠以適當的獎補助機制因應不同文化活動與價值鏈端點的需求與特性，進而能夠鼓勵源源不絕的創意；再者，實體空間與網絡的互動對於串聯價值鏈來說甚為重要，創作者必須擁有足夠的空間研發創意，輔以創作網絡的交流，支撐前面的創新系統；而進一步談到後端消費市場要打開通路，亦需要有一個平台讓創投、廠商、市場充分連繫、交易。有鑑於此，運用彈性的空間政策讓不同端點的價值鏈機能產生，並且透過政府、企業、創作者相互信任的網絡關係連結前端創意與後端市場，便是產業發展的關鍵核心。

在這樣的架構之下，公權力雖然已經無法主導或帶領這類根本性創新、以創意啟動的產業類型，然而國家力量所扮演的「平台」角色(王振寰，forthcoming)將協助促成網絡關係與聚落功能的互補與連繫，一方面能夠觸動行為者的相互交流、理解與信任關係，使其自由溝通並跨界合作，誘發各種創新的可能；另一方面能夠鼓勵創意，不因產值思維而壓抑創新，使創作者能夠恣意揮灑；而藝術家能夠信任企業，在價值鏈中提供創意並為創作環境把關；企業家能夠發揮行銷專長並開拓市場，但能信任創作者，從創作端思考創意如何產生，不因向市場傾斜而失去創意源頭。使文化創意與產業相輔相成，達致發展文創產業的初衷與目標。

參考文獻

一、　中文

王振寰，1999，〈全球化、在地化與學習型區域：理論反省與重建〉，《台灣社會研究季刊》34：69-112。

王振寰，forthcoming，《追趕的極限：台灣的經濟轉型與創新》，台北：巨流。

王屏，2009，《無心之星---華山「新台灣藝文之星」之政策形成與執行》。台北：台灣大學建築與城鄉研究所 碩士論文。

王緝慈，2010，《超越集群：中國產業集群的理論探索》，北京：科學出版社。

王嘉驥，2008，〈無可替代的當代藝術空間—「伊通公園」二十週年誌記〉，伊通公園網站 http://www.itpark.com.tw/aboutus/index/8

王墨林，2000，〈空間、身體、政治〉，〈華山空間連結生產藝術的機制〉。收錄於楊智富編，2000，《藝術 99 專輯－閒置空間．新造化》台北：文建會。頁 36-38。

王墨林，2002，〈後華山的心理地理學〉，《空間重塑簡訊第四輯－空間性創作》4：5-7。

溫慧玟，2009，《台北市新興表演類藝術空間營運模式研究計畫成果報告》，中華民國表演藝術協會。

中華民國藝術文化環境改造協會，2006，《華山創意園區引入文化創意產業整體規劃案－引進民間參與可行性評估與先期規劃》。台北：文建會。

中國時報，1997 年 6 月 3 日，〈當地里長反對，風水景觀欠佳 張景森：台北酒廠不適合立法院〉，第 13 版。

文建會，2002，《創意文化園區總結報告》。台北：文建會。資料來源：http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_06_01.htm

文建會，2004a，《挑戰 2008 國家發展重點計畫(2002~2007)－文建會創意產業發展計畫(核訂本)》。台北：文建會。

文建會，2004b，《2004 文化白皮書》。台北：文建會。資料來源：http://web.cca.gov.tw/intro/2004white_book/

文建會，2006，《五大文化園區執行進度與未來經營規劃報告》。台北：文建會。

文建會，2007，《華山創意文化園區電影藝術館委託民間機構參與營運招商案》。台北：文建會。

文建會、台灣文創發展公司，2007，《華山創意文化園區文化創意產業引入空間整建營運移轉計畫案整建營運契約》。資料來源：http://www.cca.gov.tw/notice.do?method=findById&id=1222766684890

立法院，2005，〈第 6 屆第 1 期教育及文化委員會第 18 次全體委員會議記錄〉，《立法院公報》，94(33)。

台北市政府都發局，1993 年 4 月 16 日公告，《變更華山附近部分商業區、住宅區、道路及鐵路用地為機關用地(立法院)計劃案》。

台北市政府都發局，2003 年 9 月 25 日公告《變更台北市中山北路、忠孝東路、新生南路、長安東路所為地區(華山地區)都市計畫案》。

江世芳，1995，〈讓台北閒置空間甦活起來〉，《表演藝術》32：19。

余志隆，2005，《創意文化園區產業形塑空間之研究－以華山創意文化園區為例》。台北：輔仁大學景觀設計學系 碩士論文。

李秋蓮，2008，《地方治理與文化創意產業的發展－以華山創意文化園區為例》。台北：台北大學公共行政暨政策學系碩士在職專班 碩士論文。

李俊賢口述、林佳禾整理，2006，〈從激烈到隨性—解嚴前後南部實驗性藝術空間的轉變〉，《藝術認證》7：28-31。

林懷民，2003 年 4 月 25 日，〈先談文化 再說產業 從雲門經驗，看台灣表演藝術產業化的可能性〉，經濟日報，第 36 版。

林懷民，2003 年 4 月 28 日，〈改善表演藝術生態再談產業化〉，經濟日報，第 36 版。

財團法人環境規劃與城鄉研究文教基金會，2003，《全球化趨勢下文化產業園區發展策略之研究》。台北，行政院經濟建設委員會。

張心龍，2002，《閱讀前衛》。台北：典藏藝術家庭股份有公司。

孫福良、張迺英，2008，《中國創意經濟比較研究》上海：上海世紀出版股份有限公司

郭子瑩，2004，《日治時期台北酒工廠建築之形成與變遷》。台北：國立台灣科技大學建築研究所 碩士論文。

陳品孜，2005，《藝術空間作為一種文化工業的體現》。台中：靜宜大學觀光事業研究所　碩士論文。

陳嘉萍，2002，《華山藝文特區營運管理之研究》。嘉義：南華大學美學與藝術管理研究所 碩士論文。

陳學明，1996，《文化工業》。台北：揚智文化事業公司。

郭為藩，2006，《全球視野的文化政策》。台北：心理出版社。

揭陽，2006，《國族主義到文化公民：台灣文化政策初探 2004-2005》。台北：文建會。

黃海鳴，2000，〈華山空間連結生產藝術的機制〉。收錄於楊智富編，2000，《藝術 99 專輯－閒置空間．新造化》台北：文建會。頁 20-28。

黃海鳴，2002，〈華山的藝術文化生產社群〉。收錄於蔡美文編，2002，《華山年鑑 1999~2001》台北：中華民國藝術文化環境改造協會。頁 3。

黃海鳴，2004，〈華山創意文化園區總體檢座談會〉發言，《藝術家雜誌》，2004 年 10 月號，353 期。資料來源：http://www.cca.gov.tw/cforum/culture_meeting4/092901.htm

黃筠舒，2006，《1945 年以後的臺北酒廠－華山文化園區的形成與變遷》。台北：國立台灣科技大學建築研究所　碩士論文。

溫肇東，2010 年 3 月 22 日，〈溫肇東談文創：產業、創意、文化一個不能少〉，經濟日報，第 A17 版。

經濟日報，2007 年 1 月 6 日，〈打破零產值 華山藝起來〉，第 C1 版。

經濟部，2009 年 2 月，〈創意經濟新商機〉，《文創速報》，台北：經濟部。http://www.cci.org.tw/epaper/newsflash_detail.asp?newsflash_sqno=86

經濟參考報，2006 年 11 月 3 日，〈宋庄：在艺术与商业间挣扎〉。資料來源：http://jjckb.xinhuanet.com/whsh/2006-11/03/content_16384.htm

鄒淑慧、葉佳琪，2009，〈社會場域的藝術競技：台灣新世代藝術家與展覽空間之關係〉。《國家與社會》 6：165-200。

蔡美文編，2002，《華山年鑑 1999~2001》台北：中華民國藝術文化環境改造協會。

蔡美文，2004，〈三世情愁－華山的過去、現在、未來〉。《典藏今藝術》137：82-85。

劉永逸，2008，《台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》。台北：國立台灣師範大學美術研究所藝術行政暨管理　碩士論文。

劉瑞如，2004，〈蛻變的華山，不變的藝術精神?〉。《典藏今藝術》137：79-81。

厲無畏，2006，《創意產業導論》。上海：學林出版社

劉振祥主編，2006，《重逢華山：華山文化園區開園系列活動》。台北：文建會。

簡子傑，2004，〈這是一個蓋大樓的規劃案！「創意華山促進聯盟」對「新台灣藝文之星」的質疑〉，創意華山促進聯盟。資料來源：http://www.cca.gov.tw/cforum/related/0902_3.htm

聯合報，1995 年 9 月 27 日，〈兩大藝術節將來台看看 挑選表演藝術赴當地演出〉，第 35 版。

聯合報，1998 年 7 月 6 日，〈台灣團隊 十日首登亞維儂〉，第 14 版。

聯合報，2000 年 7 月 6 日，〈國有財產局宣示主權華山藝文特區 經營面臨挑戰〉，第 14 版

聯合報，2003a 年 1 月 9 日，〈華山特區 正名台北酒廠 列入古蹟〉，第 18 版。

聯合報，2003b 年 11 月 17 日，〈藝協最後一夜 華山演至天明－不捨原創風 畢業這晚 發起土狗幫和創藝聯盟 監督未來〉，第 A12 版。

聯合報，2008 年 1 月 2 日，〈台北後至 華山創意區動起來 〉，第 A7 版。

Abbing, Hans 著、嚴玲娟譯，2008，《為什麼藝術家那麼窮：打破經濟規則的藝術產業》。台北：典藏藝術家庭股份有限公司。

Adorno, Theodor W., Horkheimer, Max 著、洪佩郁、蘭月峰譯，1990，《啟蒙辯證法》。重慶出版社。

Bourdieu, Pierre 著、孫智綺譯，2003，《以火攻火：催生一個歐洲社會運動》。台北：麥田。

Brooker, Peter 著、王志宏、李根芳譯，2003，《文化理論詞彙》。台北：巨流。

Burger, Peter 著、蔡佩君、徐明松譯，1998，《前衛藝術理論》。台北：時報文化。

Caves, Richard 著、仲曉玲、徐子超譯，2004，《文化創意產業：以契約達成藝術與商業的媒合(上)》。台北：典藏藝術家庭股份有限公司。

Currid, Elizabeth著、李佳純譯，2008，《安迪沃荷經濟學》。台北：大雁文化事業公司。

Florida, Richard著、鄒應瑗譯，2003，《創意新貴：啟動新經濟的精英勢力》。台北：寶鼎。

Howkins, John 著、李璞良譯，2003，《創意經濟：好點子變好生意》。台北：典藏藝術家庭股份有限公司。

Landry,Charles著、楊幼蘭譯，2008，《創意城市：打造城市創意生活圈的思考技術》。台北：馬可孛羅文化。

Marshall, Catherine. & Rossman, Gretchen B.著、李政賢譯，2006，《質性研究：設計與計畫撰寫》，台北：五南。

Poggioli, Renato 著、張心龍譯，1992《前衛藝術的理論》，台北：遠流。

Throsby, David 著、張維倫譯，2003，《文化經濟學》。台北：典藏藝術家庭股份有限公司。

二、 英文

Amin, Ash and Thrift, Nigel., 1994, Living in the Global. in *Globalization, Institutionalization, and Regional Development in Europe*, edited by Amin and Thrift, NY：Oxford University Press. Pp.1-22.

Amin, Ash and Thrift, Nigel., 1995, Globalisation, Institutional “Thickness” and the Local Economy. in *Managing Cities：The New Urban Context*, edited by Healey, P., etal. Chichester：John Wiley & Sons Ltd Press. Pp.91-108.

Banks, Mark., Lovatt, Andy., O'connor, Justin., Faffo ,Carlo., 2000, "Risk and Trust in the Cultural Industries." *Geoforum* 31：453-464.

Beck, Ulrich., 1992, *Risk Society：Towards a New Modernity*. London：Sage.

Beck , Ulrich., Giddens, Anthony., Lash, Scott., 1994, *Reflexive Modernization：Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge：Polity Press.

Benjamin, Walter., 1969, The Work of Art in the Age of Mechanical Reproductions. in *Illuminations: Essays and Reflections*, edited by Benjamin, Walter, London: Fontana.

Bourdieu, Pierre., 1993, *The Field of Cultural Production：Essays on Art and Literature*. New York：Columbia University Press.

Bianchini, Franco., 1993, Remaking European Cities：the role of cultural policies. in *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*, edited by Bianchini, Franco. and Parkinson, Micheal. Pp. 1-20.

Crewe, Louise., Beaverstock, Jonathan., 1998, " Fashion the city：cultures of consumption in contemporary urban spaces." *Geoforum* 29(3)：287-308.

Castells, Manuel., 1996, *The Rise of Network Society*. London：Blackwell.

Camagni, Roberto., 1991, Introduction：From Local "Milieu" to Innovation Through Cooperation Networks. In *Innovation Networks：Spatial Perspective,* edited by Camagni, London：Belhaven Press.

Evans, Graeme.,2001, *Cultural Planning, an Urban Renaissance?* London：Routledge.

Featherstone, Mike., 2007,*Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage.

Flew, Terry and Cunningham, Stuart D., 2010, "Creative Industries After the First Decade of Debate." *The Information Society* 26(2)：1-11.

Florida, Richard., 1995, "Toward the Learning Region." *Future* 27(5)：527-536.

Freestone, Robert. & Gibson, Chris., 2006, The Culture Dimensions of Urban

Planning Strategies：a historical perspective. in *Culture, urbanism and planning*, edited by Javier Monclús & Manuel Guàrdia. Hampshire：Ashgate.

Gans, Herber J., 1999, *Populor Culture and High Culture：an analysis and evaluation of taste*, New York：Basic Books.

Garnham, Nicholas., 1990, *Capitalism and Communication*, London：Sage.

Harvey, David., 1993, From Space to Place and Back again：reflections on the condition of postmodernity. in *Mapping the Futures：local cultures, global change*, edited by Bird, Jon. London：Routledge. Pp. 3-29.

Lundvall, Bengt-Ake, 1992, Introduction. in *National System of Innovation：Towards a Theory of Innovation and Interative Learning*, edited by Lundvall, Bengt-Ake. NY：Pinter.

O'Connor, Justin. and Wynne, Derek., 1996, Left loafing：City cultures and postmodern lifestyles. in *From the Margins to the Centre：Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City*, edited by O'Connor, Justin and Wynne, Derek. Aldershot：Arena. Pp.49-90.

Porter, M.E.,1985. *Competitive Advantage – Creating and sustaining superior performance*. New York, NY: Free Press.

Rollin, Roger B., 1975, "Against evaluation：The role of the critic of popular culture." *Journal of Popular Culture* 9(2)：355-365.

Scott, Allen J., 2008, *Social Economy of the Metropolis：Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, London：Oxford.

The Work Foundation, 2007, *Staying Ahead：the economic performance of the UK's creative industries*. London：DCMS

Wynne, Derek., 1992, *The Culture Industry：The Arts in Urban Regeneration*. Aldershot : Avebury.

UNCTAD, 2008, *Creative Economy Report 2008：The Challenge of Assessing the Creative Economy：towards Informed Policy-making*. United Nations.

Zukin, Sharon., 1995, *The Cultures of Cities*. London：Blackwell.

三、　網站

文建會網站

http://www.cca.gov.tw/main.do?method=find&checkIn=1

文化創意產業發展計畫網站

http://cci.cca.gov.tw/page/p_02.php

中華民國藝術環境改造協會網站

http://www.art-district.org.tw/aboutus.html

中華民國視覺藝術協會網站

http://www.avat-art.org/web/about/index.htm

中華民國畫廊協會網站

http://www.aga.org.tw/

台灣女性藝術協會網站

http://waa.deoa.org.tw/ch-html/html/05-organization-01.htm

華山 1914 創意文化園區網站

http://www.huashan1914.com/

新台灣藝文之星網站

http://www.cca.gov.tw/cforum/culture_meeting4/culture_meeting4.htm

經濟部文化創意產業專屬網站

http://www.cci.org.tw/index.asp

附件

(附件一)

訪談名單

	編號	服務單位類型／職稱	背景說明	時間
官方7位	O1	文建會／官員	決策政務官	2010/05/31 (19:00~19:55)
	O2	文建會／官員		2010/04/20
	O3	文建會／官員	受訪者任職於創意文化園區業務部門	2010/04/21 (15:30~17:08)
	O4	文建會／助理研究員		2010/05/07 (16:40~18:49)
	O5	台灣創意設計中心／企畫專員		2009/02/15
	O6	台灣創意設計中心／企畫專員		2009/11/08 (12:00~14:03)
	O7	國藝會／專員		2009/03/15
企業界4位	B1	XX 公司／決策管理高層		2010/05/08 (17:40~18:10) 2010/05/14 (17:39~18:09)
	B2	XX 大學進修推廣部／執行長		2010/05/08 (18:10~18:40)
	B3	XX 休閒園區／執行長		2010/05/08 (18:40~19:10)
	B4	XX 策展公司／決策管理高層		2010/04/19 (18:25~19:38)
學者2位	S1	學者；資深劇場創辦人		2010/05/25 (10:00~11:00)
	S2	XX 大學文化創意產業相關科系／教授		2009/11/09 (15:00~16:00)

		兼系主任；獨立策展人		
藝術家6位	A1	視覺藝術家；XX 藝文空間經營者		2009/10/13 (19:00~20:20)
	A2	XX 劇場／藝術總監		2009/10/27 (14:30~15:50)
	A3	視覺藝術家		2009/11/02 (16:00~17:10)
	A4	XX 創意文化有限公司／總監	受訪者早期曾於華山進行創作、管理事務	2010/03/10 (16:00~17:12)
	A5	XX 工作室／藝術總監	受訪者早期曾於華山進行創作、管理事務	2010/04/08 (16:20~17:30)
	A6	XX 劇場／導演兼演員		2010/06/05 (16:00~17:15)
藝文工作4位	R1	文創課程講師；獨立策展人		2010/02/02 (17:00~17:55)
	R2	文創課程講師；獨立策展人		2010/01/19 (17:00~18:25)
	R3	XX 劇場／劇場行政		2010/06/09
	R4	XX 舞團／舞團行政		2010/07/08 (15:00~16:20)
都市計畫3位	U1	台北市都市計畫委員會／技術人員		2010/06/25 (09:30~10:10)
	U2	台北市都市發展局／股長		2010/06/25 (10:30~11:00)
	U3	台北市都市發展局／專員		2010/07/14 (15:30~16:30)

資料來源：作者整理

(附件二)

2001 年上半年**華山藝文特區**活動內容統計(1 月~6 月)

編號	活動名稱	展演日期	活動地點	主辦單位
1	「稀飯」	2000-12-14~2001-01	果酒大樓 2F	河床劇團
2	「優劇場 CD 專輯發表會」	01-05	行政大樓 2F	優劇場劇團
3	「游移在可見與不可見」林綺湄個展	01-09~01-14	行政大樓 1F	林綺湄
4	「展展騷動－出走學院，非關人體」原創力畫室聯展	01-06~01-18	行政大樓 1F	原創力畫室
5	「流動夜市攤」排練	01-06,08,10,13,15,17,19	行政大樓 2F	流動夜市攤劇團
6	「喚醒大師的魂」藝術節 audition	01-07	行政大樓 2F	黑森林支體靈魂劇場
7	「平民女子音樂發表會」	01-02	行政大樓 2F	八音耀揚股份有限公司
8	「文化大學戲劇社排練」	01-12,14,16,18,20	果酒大樓 2F	文化大學戲劇系
9	「傳統樂音新發聲－有聲新書發表會」	01-30	行政大樓 2F	國立傳統藝術中心籌備處
10	「狂舞吧！憂鬱」影片拍攝及展覽	02-04~02-13	果酒大樓 1F	遠足影像工作室「狂舞」小組
11	文建會中部辦公室活動	01-31~02-17	行政大樓 1F	文建會中部辦公室
12	「In between 介」－陳俊明個展	02-03~02-18	烏梅酒廠 2F	陳俊明
13	「虛擬版圖，文化版圖」裝置藝術展－高錫麟個展	02-03~02-17	烏梅酒廠旁走道	高錫麟
14	「痕」921 震災文化資產紀錄巡迴展	02-02~02-15	行政大樓 2F	文建會
15	台北市天文協會每月觀星	02-03,11	行政大樓 2F	台北市天文協會
16	「洋娃娃的坦克車新世紀開心夏令營」	02-01	果酒大樓 2F	洋娃娃的坦克車互動教習劇場
17	中華民國藝評人協會集會	02-10	行政大樓 2F	藝評人協會
18	台灣女性藝術協會 理監事會議	02-10	行政大樓 2F	女性藝術協會
19	「活動筋骨」Mutants Residus 課程/排練	02-15~02-22	果酒大樓 2F	黑森林支體靈魂劇場/鄧光榮
20	視盟理監事會議	02-17	行政大樓 2F	視覺藝術協會
21	「線・條」	02-20~03-03	果酒大樓 1F	尤蒔萱、劉丹宴、劉一駿
22	「In between」installation, painting	02-24~03-08	烏梅酒廠 2F	羅佳碧

23	水磨曲集排練	02-18,25	行政大樓 2F	水磨曲集劇團
24	「都是緣於一條線」柯木、周靈芝個展	02-20~03-08	行政大樓 1F	柯木、周靈芝
25	「橘玻璃珠」展覽/artist talk	02-24~03-31	行政大樓 2F	徐文瑞
26	「文化大學影劇系四年級電影畢業製作」	02-21	藝術大街	文化大學影劇系
27	創作社劇團排練	02-24,25	果酒大樓 2F	創作社劇團
28	境遇者劇像體	02-27~03-05	果酒大樓 2F	境遇者劇像體
29	「彩色體跡之夢境四國」	03-02~03-04	果酒大樓 2F	境遇者劇像體
30	「大風親子古典音樂劇－柴可夫斯基《胡桃鉗》」	03-06~03-23	果酒大樓 2F	ABC 音樂劇團
31	「無可奉告」記者會	03-08	行政大樓 2F	創作社劇團
32	水磨曲集排練	03-10,11,17,18,24,25	行政大樓 2F	水磨曲集劇團
33	「SONGES」	03-16~03-31	果酒大樓 2F	黑森林支體靈魂劇場/鄧光榮
34	「花期」－惠敏 裝置數位藝術展	03-14~04-01	行政大樓 1F	惠敏
35	「女武神」	03-16~03-18	烏梅酒廠	野墨坊劇團
36	台大城鄉所活動	03-13	行政大樓 2F	台大城鄉所
37	「一種凝視 Vision 影展 2」	03-20~03-28	行政大樓 2F	金門縣紀錄片文化協會
38	「失去平衡的城市服裝發表會」	03-24	烏梅酒廠	竇騰璜、張李玉菁
39	「發現・城市」	03-30~03-31	果酒大樓 2F	李名正
40	「華山舍利」	03-25	四連棟	陳昇志
41	「蔣文慈服裝發表會」	03-29	烏梅酒廠	蔣文慈服裝工作室
42	「剪刀、石頭、布－許艷玲 2001 春夏服裝秀」	03-30	行政大樓 2F	歐宣國際開發設計有限公司
43	台灣女性藝術協會 會員大會	03-31	行政大樓	台灣女性藝術協會
44	台北市天文協會每月觀星活動	03-31	行政大樓 2F	台北市天文協會
45	「刺桐花開」陳美雲歌劇團	04-01~04-08	果酒大樓 2F	陳美雲歌劇團
46	「妓露片」－性之作者主題影展	04-01~04-09	行政大樓 2F	日日春關懷互助協會
47	「翰海新符象」－2001 葉竹盛環境生態海洋系列	04-07~04-26	烏梅酒廠	悠閒藝術中心
48	古名伸舞團	04-07	行政大樓 1F	古名伸舞團

49	友善的狗唱片公司 拍片	04-10	行政大樓 2F、果酒大樓 1F	友善的狗唱片公司
50	台灣女性藝術協會第二屆第二次理監事會意	04-20	行政大樓	台灣女性藝術
51	文建會中部辦公室說明會	04-21	行政大樓 2F	文建會中部辦公室
52	「慾飯團的漸層式」	04-27~04-29	果酒大樓 2F	沙發舞蹈劇團
53	「冬之皮」	04-21,28	行政大樓 2F	輔大戲劇社
54	婦女新知協會 活動	04-24~05-31	行政大樓 1F	婦女新知協會
55	「當代國際大展與藝術趨勢－藝術評論」	04-25	行政大樓 2F	徐文瑞
56	「沙特和尤涅斯科來了」	04-29	行政大樓 2F	香巴拉劇坊
57	台北市天文協會每月觀星活動	04-28	行政大樓 2F	台北市天文協會
58	「上下浮沉的零點零零」	05-01~05-05	烏梅酒廠	輔大影像傳播學系
59	「遙遠的現在」創作暨展出計畫	05-01~08-12	藝術大街	顧世勇
60	「2001 實踐大學設計學院造型比賽」	05-04	果酒大樓 1F、藝術大街	實踐大學服裝設計系系學會
61	「布的狂想曲」	05-04~05-27	行政大樓 2F	中華民國藝術文化環境改造協會
62	「看三校」台灣師大、彰化師大、高雄師大美術系交流展	05-06~05-13	四連棟	台灣師大美術系、彰化師大美術系、高雄師大美術系
63	「樹德科技大學建築與古蹟維護系成果巡迴展」	05-10~05-13	烏梅酒廠	樹德科技大學建築與古蹟維護系
64	「BTCO 英國貿易文化協會」	05-11	行政大樓 2F	BTCO 英國貿易文化協會
65	假日工作坊	05-12	行政大樓 2F	中華民國藝術文化環境改造協會
66	「陳冠君個展 數位基因」	05-12~05-26	果酒大樓 2F	陳冠君
67	「鄭淑麗－女性新媒體藝術家講座」	05-12	果酒大樓 2F	中華民國藝術文化環境改造協會
68	「公共藝術與藝術創作－國內外公共藝術實務研討會」	05-18~05-20	果酒大樓 2F	中華民國視覺藝術協會
69	環改會理監事會議	05-19	行政大樓 2F	中華民國藝術文化環境改造協會

70	「電光火鼓會」	05-19~05-20	四連棟、藝術大街	林宏璋
71	「洗腦」－國立台北師範學院美勞教育學系畢業展	05-19~05-28	烏梅酒廠	國立台北師範學院美勞教育學系
72	海豚樂團演唱	05-22~05-25	藝術大街	海豚樂團
73	「四季」國立台灣戲曲專科學校劇場藝術系畢業展	05-24~05-27	行政大樓 2F	國立台灣戲曲專科學校劇場藝術系
74	「波黑維兒之夜」	05-24~05-27	果酒大樓 2F	自律神經@過敏性失調劇團
75	台灣女性藝術協會理監事會議	05-25	行政大樓 2F	台灣女性藝術協會
76	「大葉大學造型藝術系第二屆畢業展」	05-26~05-30	四連棟	大葉大學造型藝術系
77	「著作權文化藝術巡迴活動」記者會	05-30	行政大樓 2F	民視文化
78	「華山論影－誰與爭豐」	06-02~06-03	行政大樓 2F	世新大學廣電系電影組
79	「軌跡」－20 號倉庫駐站藝術家期末聯展	06-02~06-24	果酒大樓 2F	橘園國際藝術策展公司、文建會中部辦公室
80	「大葉大學空間設計系畢業展」	06-07~06-17	烏梅酒廠	大葉大學空間設計系
81	「山上的孩子」－華梵大學 86 級畢業展	06-16~06-24	四連棟	華梵大學建築系
82	兒童英語劇團	06-17	果酒大樓 2F	兒童英語劇團
83	水磨曲集排練	06-1,17,24,30	行政大樓 2F	水磨曲集劇團
84	肢體語言工作坊	06-23	果酒大樓 2F	中華民國藝術文化環境改造協會
85	「人民有苦中作樂的權利(海豚, Friends)演唱會派對」	06-24~06-25	烏梅酒廠、藝術大街	水晶有聲出版社
86	「MAC 專業彩妝 2001 年秋季最新趨勢彩妝教學」	06-28	行政大樓 2F	美商怡佳股份有限公司
87	「她殺現場」	06-29~07-01	烏梅酒廠	河左岸劇場
88	台北市天文協會每月觀星活動	06-30	行政大樓 2F	台北市天文協會

資料來源：整理自 蔡美文編，2002，《華山年鑑 1999~2001》

(附件三)

2010 年上半年**華山創意文化園區**活動內容統計(1 月~6 月)

編號	活動名稱	展演日期	活動地點	主辦單位	售票
1	茶的生活設計大展	12-05 ~ 03-05	中 4B 館	華山 1914	
2	「找我－Me, Myself and I」華山風成員首波創作聯合展演	12-26 ~ 01-03	中 1A 館	台北華山風聯合主辦 Production +華山 1914	
3	PR 製作史上最大 2010 NYE Warehouse Party 跨年派對	12-31 ~ 01-01	東 3 館	Party Room，SPARK，WAX，放肆玩	預售/600・現場/900
4	華山 1914 創意 PARTY(2010 跨年派對)	12-31 ~ 01-01	東 1 館、東 3 館、中 5A 館	Legacy Taipei	
5	中國河洛文化研究會蒞台書畫展-翰海潑墨繪春秋	01-09 (一天)	中 3 館 2F	中國青年大陸研究文教基金會	
6	TRUE GROUP 五歲壽宴(尾牙)	01-15 (一天)	東 3 館	TRUE GROUP	
7	劇團感傷動作派《陳清揚》演出	01-15 ~ 01-23	中 2 館 2F	劇團感傷動作派	300、360、400、480、600
8	雷達表大師講座系列 「RADO r5.5 X Jasper Morrison 極簡美學分享會」及極簡主義大師 Jasper Morrison 台灣首度作品展	01-16 (一天)	中 3 館 2F	雷達表 RADO	
9	「三分鐘的魔法」泡麵特展	01-20 ~ 04-05	中 4B 館	統一企業食品部	一般票 100；優待票 80
10	魅遊祭	01-21 ~ 01-27	東 3 館	魅藝 1/2 劇場(士商廣設校友會承辦)	票價 200；學生 150
11	聯合公園查斯特之黑暗曙光台北搶聽會	01-30 (一天)	華山公園	布洛克兄弟國際有限公司	1000、2000、3000
12	2009 數位內容系列競賽頒獎典禮	02-01 (一天)	東 2 館	經濟部工業局	

13	2010 年 2 月華山小學堂・創意小頑童~新春特輯	02-27 (一天)	戶外公共空間、中 3 館 2F、中 3 館 2F		
14	蠟筆小新開新王國樂園	02-12 ~ 02-21	東 2 館	天基行銷有限公司	大人票 200；孩童票 250
15	華視【熊貓人】～「熊熊愛」公益見面會	02-27 (一天)	中 4A 館	中華電視公司	
16	原味趣無窮·逍遙樂活街－原住民年貨大街	02-27 ~ 02-28	華山劇場	社團法人台灣原住民生存發展協會	
17	±2°C 幾米特展活動	02-26 ~ 03-28	中 1B 館	墨色國際、±2℃行動聯盟、台灣文創發展基金會	
18	2010 年英國教育博覽會	03-06 ~ 03-07	東 2 館		
19	華山小頑童・創意小學堂 3 月課程活動	03-28 (一天)	中 3 館 2F、戶外公共空間	台灣文創發展股份有限公司	
20	熱愛 Learning 閱讀多元人事物 1914Connection 互動學堂	03-25 (一天)	中 4B 館	華山 1914 創意文化園區	
21	奇幻大觀園・金馬奇幻影展選片指南媒體觀眾見面會	03-20 (一天)	中 6 館	金馬奇幻影展	
22	Easyoga 台北華山概念館 盛大開幕會	03-27 (一天)	華山劇場	Easyoga 台北華山概念館	
23	「飛閱台灣 齊柏林空中攝影展」	04-03 ~ 04-30	中 1B 館	墨色國際	
24	大師經典系列導聆音樂會	04-21 (一天)	中 3 館 2F	臺灣音樂中心	
25	2010 年全國民宿休閒大展	04-09 ~ 04-11	東 2 館	宏駿展覽有限公司	全票 100；優惠票 50
26	「瀰宮」2010 台北華山風自助藝術節	04-09 ~ 04-29	中 6 館	台北華山風 財團法人台灣文創發展基金會	
27	世界之音—音樂工作坊	05-21 (一天)	中 3 館 2F	臺灣音樂中心	
28	辛廣偉《世界華文出版業》新書發表茶會	04-15 (一天)	中 3 館 2F	遠流出版社	
29	原音紀實系列講座	06-18 (一天)	中 3 館 2F	臺灣音樂中心	
30	2010「真善美影響力論壇」	04-24 (一天)	中 4A 館	遠東集團-徐元智先生紀念基金會、元智大學	

31	2010 智慧財產權日慶祝活動	04-24 (一天)	華山劇場	經濟部智慧財產局	
32	2010 城市遊牧影展	05-01 ~ 05-08	東 3 館	城市遊牧影展公社	售票
33	陝西民間藝術園遊會	05-01 ~ 05-09	中 4B 館	中華文化聯誼會、陝西省文化廳、台北市文化藝術促進協會	
34	戴安芬 TouchCool-1.27 度 C 媒體發表會		中 3 館 2F		
35	遊戲監督「METAL GEAR SOLID」之父 小島秀夫 世界巡迴之旅	05-07 (一天)	東 2 館	25 點創意	
36	5/8 寵愛女人節園遊會	05-08 (一天)	華山劇場	姊妹淘創意有限公司、華山 1914、華山町	
37	華山畢業季 跨界玩空間 展覽	05-20 ~ 05-23	東 2 館	台灣文創發展基金會	
38	同。學。會—幸福知道	05-15 (一天)	中 3 館 2F	淡江大學文化創意產業中心、包氏國際、亮點文創、華山 1914 創意園區	
39	愛在非洲 Love For Africa 我國援非成果展與非洲園遊會	05-26 ~ 05-30	東 3 館	外交部	
40	明道大學時尚造形學系第四屆「連續光譜」畢業成果展	06-03 ~ 06-06	中 6 館	明道大學時尚造形學系	
41	輔仁大學應用美術研究所第七屆碩士班畢業展－Show Hand	06-10 ~ 06-17	中 3 館 2F	輔仁大學應用美術所	
42	2010 白沙屯媽祖文物攝影成果展	06-11 ~ 06-17	中 2 館 2F	苗栗縣政府	
43	美國希爾斯寵物食品新品上市發表會暨飼主教育園遊會	06-12 ~ 06-13	東 2 館		
44	金曲(獎)演唱會	06-18 ~ 06-19	東 2 館	行政院新聞局	
45	金曲音樂週-音樂論壇及主題展	06-19 ~ 06-26	東 3 館、中 3 館 2F	行政院新聞局	
46	馬雅說謊-We are still alive	06-26 ~ 06-28	中 6 館	大同大學設計學院聯合系學會/大同公司	

47	FHM 男人幫 SUPER SPEED 超跑電音派對(跑車電音派對)	07-02 ~ 07-03	東 2 館		預售/800 ・現場/1000
名山藝術(畫廊)中 2 館					
48	洪耀彈線 2010 個展	12-12 ~ 01-10	中 2 館 1F	名山藝術	
49	「變奏與共鳴」－2010 張韻明油畫展	01-16 ~ 02-10	中 2 館 1F	名山藝術	
50	水墨・三昧-吳學讓 楚戈 劉國松	03-20 ~ 04-27	中 2 館 1F	名山藝術	
51	「一花一世界」展覽	05-08 ~ 06-15	中 2 館 1F	名山藝術	
ORIGINO Art Space 威泰創意(畫廊)中 4 館					
52	境深・意遠 -- 郎靜山攝影展	12-12 ~ 01-03	中 4 館	ORIGINO Art Space	
53	柯錫杰新作+經典展	01-09 ~ 02-07	中 4 館	ORIGINO Art Space	
54	林中漫步 ~ 遇見 鄭羽桑 油畫展	02-10 ~ 03-03	中 4 館	ORIGINO Art Space	
55	人間女人-薇薇夫人(樂芭軍)、周維潔 2010 雙個展	03-05 ~ 04-02	中 4 館	ORIGINO Art Space	
Legacy Taipei (音樂展演空間)中 5 館					
56	Men Power	01-01 (五)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
57	蘇打綠～夢幻逸曲夜	01-02 (六)	中 5 館		預售/800 ・現場/800
58	謝和弦 地球其實沒有那麼危險	01-08 (五)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
59	黃小琥 2010 琥力全開不簡單演唱會	01-09 (六)	中 5 館		預售/1000 ・現場/1200
60	Matzka & Di Hot / guest 阿洛巴芭與四十大盜	01-06 (三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400
61	Matzka & Di Hot / guest Skaraoke	01-13 (三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400
62	The Next Big Thing 2010 見證大團誕生系列	01-15 (五)	中 5 館		預售/200 ・現場/200
63	楊培安與 Marty Young Band （Guest 幻眼合唱團）	01-16 (六)	中 5 館		預售/800 ・現場/900
64	Matzka & Di Hot / guest 家家	01-20(三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400

65	比利時拼貼天才雙人組：2manydjs	01-21(四)	中 5 館		預售/1700 ・現場/1800
66	旺福 VS 宇宙人 Are U Ready!	01-23(六)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
67	Forest Night / 巴西瓦里 + SWING BLACK	01-27 (三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400
68	黃貫中 2010 Legacy Taipei 演唱會	01-29 (五)	中 5 館		預售/1350 ・現場/1500
69	1976 X 許茹芸	01-30 (六)	中 5 館		預售/600 ・現場/700
70	Matzka & Di Hot with 巴紮溜	02-03(三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400
71	2010 黃建為 I Am Your Little Singer 演唱會	02-05(五)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
72	Matzka & Di Hot with 江春枝	02-10(三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400
73	亞太電信-楊蒨時 2010 音樂會	02-20(六)	中 5 館	佰儷製作	預售/600 ・現場/800
74	部落精靈魔法音樂派對	02-24(三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400
75	【搖滾新四力】BERIGHT, 波光折返, 奇奇與蒂蒂, 天譴	02-26 (五)	中 5 館		預售/300 ・現場/400
76	ZAZEN BOYS 坐禪男孩	02-27 (六)	中 5 館		預售/900 ・現場/1200
77	T4 & M1 + 黑孩子樂團	03-03 (三)	中 5 館		預售/400 ・現場/400
78	The Next Big Thing 2010 見證大團誕生系列 <宣誓場>	03-04 (四)	中 5 館		預售/200 ・現場/200
79	2010 彭佳慧【蕾蒂茱莉亞】Lady Julia Mini Concert	03-05 (五)	中 5 館		預售/888 ・現場/888
80	超級偶像-性感女神朱俐靜的春之聲	03-06 (六)	中 5 館	友松製作	預售/600 ・現場/800
81	Matzka & Di Hot	03-10 (三)	中 5 館		一般/400
82	The Next Big Thing 2010 見證大團誕生系列 <宣誓場>	03-11 (四)	中 5 館		預售/200 ・現場/200
83	W.I.L.D. 狂・舞・派對	03-12 (五)	中 5 館	Spunite Productions	預售/800 ・現場/1000
84	Legacy 華語金曲之夜	03-13 (六)	中 5 館		預售/400 ・現場/600

85	紛紛樂團+猴子飛行員+化學猴子	03-17 (三)	中 5 館		一般/400
86	2010 龍之家族演唱會	03-19 (五)	中 5 館		預售/400 ・現場/500
87	May'n BIG☆WAAAAAVE!! Asia Tour 2010"	03-21 ()	中 5 館	喜樂司有限公司	預售/2000 / 2300 / 2500 現場/2200 / 2500 / 2700
88	Matzka & Di Hot	03-24 (三)	中 5 館		一般/400
89	亞神青年軍 謝和弦＋棉花糖＋徐佳瑩演唱會	03-27 (六)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
90	2010 林曉培 Pure Love ROCK 純愛/磐石 搖滾音樂會	03-28 ()	中 5 館	萊茯音樂工作室	預售/500 ・現場/600
91	ABS & Friends	03-31 (三)	中 5 館		一般/400
92	好自在樂團台北演唱會	04-02 (五)	中 5 館	TheWALL Music	預售/1200 ・現場/1400
93	Matzka & Di Hot + 家家	04-07 (三)	中 5 館		一般/400
94	2010 見證大團誕生系列 <開發場>	04-08 (四)	中 5 館		一般/200
95	【台北搖滾傳記】 Psycho+夾子及趙一豪 & DOUBLE X 成軍三十週年演唱會	04-10 (六)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
96	Matzka & 鄒女 + swing black	04-14 (三)	中 5 館		一般/400
97	Je t'ai manqu?? Tanya 蔡健雅【你想我嗎?】Mini Concert	04-16 (五)	中 5 館		預售/650 ・現場/800
98	陳珊妮 - 春神來了	04-17 (六)	中 5 館		預售/600 ・現場/800
99	Matzka & 達卡鬧+GaGa 樂團	04-21 (三)	中 5 館		一般/400
100	LM.C LIVE TOUR 2010 in ASIA 台灣公演	04-23 (五)	中 5 館	TheWALL Music	預售/1600 ・現場/1800
101	【我就是潮流】演唱會 － 強辯樂團 X 紛紛樂團	04-24 (六)	中 5 館		預售/500 ・現場/600

102	Matzka & Di Hot + 家家	04-28 (三)	中 5 館		一般/400
103	【火 x 光】光景消逝+滅火器	04-30 (五)	中 5 館		預售/400 ・現場/500
104	Legacy 世界村派對！聲動樂團 2010 世界巡演第一站	05-01 (六)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
105	Matzka & Di Hot	05-05 (三)	中 5 館		一般/400
106	2010 見證大團誕生系列 <開發場>2	05-06 (四)	中 5 館		一般/200
107	林宥嘉 感官/世界音樂會 台北場	05-08 (六)	中 5 館		預售/800 ・現場/1000
108	Matzka & Di Hot	05-12 (三)	中 5 館		一般/400
109	SPARK 週年慶 ANNIVERSARY PARTY FT. PITBULL	05-14 (五)	中 5 館	SPARK、WAX、SONY MUSIC、BBH、LEGACY TAIPEI	預售/1000 ・現場/1500
110	亞洲女子搖滾音樂祭 RockN' Girl-FESTIVAL 001	05-15 (六)	中 5 館	頤創藝有限公司/星光三悅娛樂事業有限公司	預售/女生 800 男生 1000 現場/女生 1000 男生 1200
111	林曉培 Shino – The Way We Were 音樂會 （上集）	05-19 (三)	中 5 館		預售/400 ・現場/500
112	vicious circle nite	05-22 (六)	中 5 館		預售/700 ・現場/900
113	林曉培 Shino – The Way We Were 音樂會 （下集）	05-26 (三)	中 5 館		預售/400 ・現場/500
114	Angie Hart (Frente!) / Asian Tour Taipei 安琪哈特 亞洲巡迴台北站	05-28 (五)	中 5 館		預售/900 ・現場/1200
115	sound bits 那是一個小小的聲音	05-29 (六)	中 5 館		預售/650 ・現場/800
116	金曲集樂遊 Part 1－ 大囍門+拷秋勤+圖騰樂團	06-04 (五)	中 5 館		預售/300 ・現場/400
117	【2010 French Night 法蘭西青春夜】 THE TEENAGERS × COCOON	06-09 (三)	中 5 館		一般/500
118	The Next Big Thing 2010 見證大團誕生系列 <開發場>3	06-10 (四)	中 5 館		一般/200

119	酷愛玲的搖滾之夜（酷愛樂團+戴愛玲）	06-12 (六)	中 5 館		預售/600 ・現場/800
120	Matzka + 家家	06-16 (三)	中 5 館		一般/400
121	AQUAhooligan	06-17 (四)	中 5 館		預售/ 800 ・現場/1200
122	我們的青春啊！ 蘇慧倫 Live Concert in Legacy	06-18 (五)	中 5 館		預售/650 ・現場/800
123	【有你陪我 狂笑搖滾音樂會】 CIRCUS X 自由發揮	06-19 (六)	中 5 館		預售/500 ・現場/600
124	藤田惠美 Emi Fujita ASIA TOUR 2010 ～camomile smile～	06-20 ()	中 5 館	喜樂司有限公司	預售/2000 / 2200
125	Matzka + 家家	06-23 (三)	中 5 館		一般/400
126	金曲集樂遊 Part 2 - 董事長樂團 + 陳昇	06-25 (五)	中 5 館		預售/600 ・現場/800
127	Back To Spin 2010 Summer Party	06-26 (六)	中 5 館		預售/600・現場/900
128	Matzka + 家家	06-30 (三)	中 5 館		一般/400
如果兒童劇團					
129	五月演出劇碼：夜叉國	每週六、日、例假日之 10:30、14:00、16:00	華山如果兒童藝術館	華山如果兒童藝術館	票價 120
130	六月演出劇碼：五月五慶端午	每週六、日、例假日之 10:30、14:00、16:00	華山如果兒童藝術館	華山如果兒童藝術館	票價 120

資料來源：作者整理自華山 1914 網站