發佈：2023-09-12, 週二 11:00
點擊數：9819

前言

近年來台灣文化創意產業蓬勃發展、方興未艾，掀起一波波文創產業熱潮。文化跳脫了社會與文化的本質性核心功能，大幅朝工具性的角色轉移、成為高度經濟性的新興產業。文化創意產業涵蓋文化、藝術、經濟與科技等不同領域而成、在數位科技的帶下，發展越發迅速。文創產業具有半公共財特質，具有很高的外溢效果，除帶來經濟成長與就業機會，同時能提振國家形象、強化國際影響力，並促進國民的自我認同。因此，支持文創產業應視為投資、而非成本。

不過，文化是好生意並非新的概念。1960年代起即有不少的學者研究指出，文化具有極高的外部

Phoca PDF

性及經濟價值。而第一個將文化政策視為經濟政策的國家則是澳洲。1994年由Paul Keating領導的工黨政府發表了澳洲第一份文化政策白皮書「創意之國(Creative Nation)」。白皮書指出：「文化政策亦是經濟政策；文化能創造財富(Cultural policy is also an economic policy. Culture creates wealth.)」，並提出文化與創意產業概念；而後由英國接續發揚光大，自此文創產業成為顯學。

我國自2002年推動「文化創意產業發展計畫」以來，迄今20多年；從對文化、創意、產業名詞組合說不清、道不明，到近年產業的蓬勃發展、國民生活品質的提升等，都形塑了台灣文創產業的脈絡與紋理，帶給產業一些成果，同時也留下挑戰。整體而言，我國文創產業日趨成熟，但環境變化與數位科技發展也為產業帶來更多的機會與挑戰。2020年新型冠狀病毒肺炎(COVID-19)爆發，對全球各種環境產生重大衝擊，文創產業也不例外。本文檢視了台灣過去20多年的文創產業概況與後疫情時代的文創產業發展可能。

台灣文創產業發展概況

台灣文創產業發展最早可追溯至1994年的「社區總體營造」計畫，1995年文化產業開始出現在計畫政策當中，並以「文化產業化、產業文化化」為宣導口號。2002年行政院首度將「文化創意產業發展計畫」列入國家重大政策，並由經濟部、文建會(文化部前身)、教育部與新聞局共同成立「文化創意產業推動小組」，統籌研擬台灣文創產業發展策略。在推動初期，文創商品對於民眾而言，是做為禮品的選擇之一。2009年，面對新一波產業革命與全球競爭，行政院提出「創意台灣 - 文化創意產業發展方案」，聚焦在電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝等六大新興產業政策，以期在既有基礎上強化及帶動其他未臻成熟的產業，進而確立文創產業的未來發展

Phoca PDF

及重要性。創意台灣的目的在將文化、創意、產業三方緊密結合，突顯地方特色並推動與國際文創產業接軌。2010年通過「文化創意產業發展法」，是文創產業的里程碑，該法確立了產業13加1的定義與具體範疇。而2019年文化內容策進院成立，透過中介組織整合跨部會、跨領域的協力機制，結合文化、科技及經濟，催生我國文化內容產業生態，以帶動產業投資與創新動能，形塑國家品牌。時至2023，文創產業已深入每個家庭，文創商品成為國人日常生活的必需品、同時成為一種新的生活型態。

綜觀近20多年台灣文化創意產業發展，2021年文化創意產業營業額已超過9,600億元，已接近兆

我國2021年總體出口佔全球排名第16，而文創產業出口在可取得的聯合國貿發會(UNCTAD)數據顯示，我國文創商品出口2015年排名全球第13；從文創商品出口佔總體出口比例來看，文創商品佔比亦逐年提升，從2002年的2.1%提升至2021年的3.41%。顯示我國文創產業具有很強的國際競爭力。

後疫情時代的文創產業

2020

年新冠肺炎爆發，對全球產生重大衝擊，文創產業也深受其害。依UNESCO的報告顯示，疫情前全球文創產業出口總值在2019年達到3,891億美元，較2005年成長一倍，佔全球國內生產毛額(GDP)3.1%、就業則佔6.2%，是全球經濟成長最快速的產業之一。不過，2020年新冠肺炎爆發後，

Phoca PDF

當年即造成1,000萬個文創產業就業機會流失，是受疫情影響最嚴重的產業之一。

COVID-19

疫情影響了全世界每個國家。不但奪走許多寶貴生命，對社會和經濟的衝擊也難以衡量。許多國家歷經了大封鎖，COVID-19摧毀了全球的商業運作與造成不計其數的工作流失。因COVID-19影響，全球皆受到巨大的影響，文創產業所受到的衝擊則更為嚴峻。文創產業是最早受到影響的產業之一，同時也是較晚重新開放的產業，如戲劇院、音樂、節慶、電影院、博物館與美術館等場所和現場活動所受到的衝擊尤為嚴重。在大封鎖下，世界各地不同行業的從業人員的就業更受到重大影響。

依UNESCO在2021年的評估報告指出，2020全球文創產業的附加價值毛額 (Gross value added, GVA)與2019年相較，下滑了7,500億美元。GVA的損失等於2019年全球GDP下降1%左右、流失1,000萬個工作機會，顯示疫情對文創產業的巨大衝擊。這樣的衝擊，僅計算文創產業的直接經濟影響，若計入間接和誘導支出的連鎖效應，影響則更為顯著。研究中顯示，2020年各國文創產業收入損失介於20%至40%間，而其中場館(如戲劇院、博物館等)與實際體驗的現場活動，如音樂等遭受的影響最為嚴重。其次，文創產業的降幅最大地區主要是產業高度集中的大城市和其他主要城市。而個體經營者的收入損失和失業情況也高於其他類型的文化創意工作者。

目前儘管COVID-19的危機仍未完全過去，但文創產業正努力應對這些挑戰。如大封鎖期間，全球多數人口待在家中，對於數位產品的需求成爆發式的成長。由於人們對數位產品需求的增加，使用數位科技的文創產業則有大幅增長，連帶促成數位型態的文創產業創新。其中互動多媒體與線上視聽產業等，其數位轉型表現的相當優異。這些使用OTT串流媒體服務的產業，整個價值鏈因

Phoca PDF

疫情發生巨大轉變、正加速重組。而其他文創產業，也部份因疫情引發創新的數位生產、生成式人工智慧(AIGC)、沈浸

式體驗等消費模式的出現，激發出新的商業模

式、產生結構性的變化，再加上消費者偏好與行為的劇烈改變，徹底影響文創產業的整體結構。

有感於COVID-19對文創產業的衝擊，UNESCO在疫情緩和後提出「重塑創意政策：將文化視為全球的公共財」報告，除呼籲保護文創產業外也應對應聯合國永續發展目標。UNESCO指出，全球文化商品與服務的流通增長，但支持文創產業的資金卻減少，文化與創意領域存在嚴重不平等。重塑創意政策報告強調，文化和創意產業在疫情下有助提升凝聚力與維護人類福祉的價值，但疫情卻削弱文創產業的經濟增長動能。因此呼籲強化2005年「保護和促進文化表現形式多樣性公約」的內容，維護各國文化表現形式的多樣性。

UNESCO

重塑創意政策也設定了四項目標包含：支持永續的文化治理體系；達成文化商品與服務的平衡流動，並強化藝術家與文化專業人士的流動性；將文化融入永續的發展架構之下；與促進人權與自由等。在第一項支持永續的文化治理體系方面，提出了衡量四個領域：支持文創產業、媒體多樣性、數位環境、公民社會的夥伴關係等。在第二項達成文化產品與服務的平衡流動，並強化藝術家與文化專業人士的流動性方面應衡量三個領域：藝術家與文化專業人士的流動性、文化產品與服務的流動情形、條約與合作協議。第三項支持文化融入永續的發展架構之下方面應衡量二個領域：國家層級的永續發展政策與計畫、永續發展的國際合作。第四項促進人權與自由則應衡量：性別平等、藝術自由等。UNESCO重塑創意政策中關於文創產業之部份挑戰與建議整理如下，而這些挑戰與建議同樣適用於台灣：

Phoca PDF

UNESCO重塑創意政策中文創產業之部份挑戰與建議

挑戰	建議
◆過去10年對文化的公共投資持續下降 ◆高等教育中，文化/創管理課程不足 ◆政策中對電影、電視、音樂與表演藝術的支持較大，而對新媒體與設計的支持程度較低 ◆持續存在的數據落差阻礙透明與決策 ◆內容配額並非解決缺乏在地製作和在地創作者的良方 ◆媒體通常由少數與有影響力者所控制 ◆婦女、少數族裔與身心障礙代表性不足 ◆數位化可能會增加不公平報酬	◆增加公共投資與支持機制 ◆透過相關利害關係人與多層次的合作來支持文化 ◆透過政策、工作與培訓留住創意人才 ◆使用數據並投資新的數據收集、監測與評估 ◆投資媒體系統的數據收集、監測與評 估，同時共享資訊 ◆限制媒體所有權過度集中，確保透明度、並支持在地媒體 ◆各種螢幕應有多元的代表性 ◆增加經費支持在地創作 ◆設計能公平為創作者提供報酬的商業模式 ◆投資在地內容並提高在數位平台的曝光度 ◆將文化部門排除在貿易協定與電子商務相關的非歧視承諾範圍之外 ◆監測文創商品與服務的國際出口情形

資料來源:UNESCO, 2022

數位時代的台灣文創產業發展

後疫情時代的數位科技一日千里，文化結合數位科技的機會愈來愈多，應用範圍也愈來愈廣，不論是AR、VR、NFT、電子商務、區塊鏈、生成式AI

等，從文創產業源頭的生產研發、藝文展演、到後端的行銷、銷售甚至意見回饋等，都可看到其成果。疫情後的數位時代，

文創產業與數位

科技的結合早已密不可分；文創

產業透過數位，傳播無遠弗屆。

台灣因擁有良好的ICT製造與研發能力，這些基礎可為文創產業發展帶來極大助益。數位時代各項

Phoca PDF

軟體均需要有良好的硬體設備為基礎，若能整合並應用於數位文創產業上，將提供台灣數位文創產業的升級機會。

傳統與數位趨動文創產業型態

文創產業	數位趨動的文創產業
文創產業	影音串流
文化資產應用及展演設施產業	沉浸式內容
工藝產業	線上遊戲
視覺藝術產業	電子書
音樂及表演藝術產業產業	數位媒體
電影產業	音樂科技
電視廣播產業	
流行音樂及文化內容產業	
出版產業	
廣告產業	
產品設計建築設計產業	
視覺傳達產業	
設計品牌時尚產業	
建築設計產業	
數位內容產業	
創意生活產業	

傳統與數位趨動文創產業型態

後疫情時代，以數位趨動的新型文創產業，是實現文化強國的文化產業經濟策略，以文化結合台

Phoca PDF

灣最強的科技為手段，將可振興產業、提升公民美學、帶動觀光發展，成為健康的文化經濟發展模式，並有助於讓台灣躋身全球前10大的文創產業出口國，有效釋放文創產業的巨大潛力。

作者 林詠能 國立台北教育大學文創系教授

Phoca PDF