

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

一、研究動機

「隨著社會快速的發展與新舊產業的交替，眼前的一切都在快速的改變。某座你我熟悉並且時常抱怨造成空氣及噪音污染的老工廠前些日子煙囪還忙碌的冒著黑煙，這陣子卻安分異常，近幾日逐漸發現爬藤類植物開始佈滿整座煙囪，而以往發出噪音還冒著蒸氣生氣勃勃的廠區如今變成一副雜草叢生的頹廢樣…」

在每個地方都有許多空間隨著時代的變遷卸下了它原有的使用機能而停止了運轉，並逐漸荒廢，成為所謂的「閒置空間」，但這些逐漸被社會大眾遺忘的空間可能存在著該地區人們共同的記憶或代表著某種產業過往的蓬勃與輝煌，然而，這些蘊藏時代價值的歷史空間，要透過何種方式保存，才能賦予新生命，延續舊有風采，這是一個值得我們探討的課題。

「當這間老工廠的軀殼衰敗到一個程度，荒煙漫草似乎因防空因素完全掩蓋了整座工廠，以往冒煙的煙囪已經看不出是煙囪；以往工廠出入的工人如今變成藏匿在此的吸毒者。這個時候人們又開始懷念以前那個又臭又吵工廠了，只是大家對它的印象由又臭又吵的工廠變成：每當從異地回來，從火車上看到那座冒煙的煙囪就知道自己已經回到家了…」

在台灣，從 1977 年國際景觀建築師勞倫斯哈普林帶來了舊建築再利用的觀念；1982 年文化資產保存法的通過與 1984 年文化資產保存法實行細則的公佈；1998 年行政院文化建設委員會開始推動閒置空間再利用政策，在這一連串的政策推動下，除了政府之外，一般民眾也逐漸關心這個課題，社會大眾開始找尋以往被遺忘的空間，在政府的推動與民間團體的參與之下，使得各地有越來越多塵封已久的角落再度被提出討論與利用，並且在重新規劃與經營後找到了新的運轉模式，且與週邊地區也產生了新的互動。

近幾年，由於產業結構的變遷，在台灣許多從日治時期開始發展的產業，例如糖廠、菸廠及酒廠等傳統產業都面臨了遷廠甚至關廠的轉變。位於花蓮市中正路與明義街交叉口從日治時期就矗立至今的花蓮舊酒廠，即因在六零年代生產量已達飽和及廢水污染等問題無法解決，最終公賣局於 1988 年結束舊酒廠的營運並將酒廠遷至花蓮市郊的美崙工業區。隨著工廠的搬遷，花蓮舊酒廠也結束了幾十年的製酒歷史，自 1988 年起至今已閒置十餘年。舊酒廠這樣一個經歷時代變遷的歷史空間要用何種的操作方式才能真正的賦予它新的詮釋與價值，這是的一個值得研究的課題。

隨著經濟結構的變遷與產業的外移，台灣的產業勢必需面對這樣的環境，並尋找新的發展方向以保持其在國際上的競爭力。近年來，文化商品的消費數字在世界貿易中年年升高，以致歐美各國紛紛將創意文化產業列為新興策略性產業之一，並且設立創意文化園區來推動該產業（劉大和，2004）。除了產業的發展因素之外，當代文化產業在空間發展上之需要；以及文化產業與現今都市再造運動兩者關係的掌握，皆是設立創意文化園區的考量因素（劉維公，2003）。在「文化、經濟與空間已經形成緊密的共生（symbiotic）關係」的今日（劉維公，2003），我國政府即提出了「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，而文化創意產業即被列為其中的重點建設之一。

目前政府提出的「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，文化創意產業列為其中重點建設之一，並推動「創意文化園區」為創意平台的構想，分別在花蓮與台北、台中、嘉義、台南五地的舊酒廠規劃設置五大創意文化園區，而位於花蓮市的「花蓮舊酒廠」即為「花蓮創意文化園區」的所在地。原為都市中間置空間的花蓮舊酒廠轉型為創意文化園區，這樣的想法即回應了上一段所述創意文化園區與都市發展之關係。在空間上，舊廠區以再利用的方式來活化原有之衰敗空間，這樣的作法有別於以往拆除重建的更新手法；而在產業發展上，舊廠區的再利用方式—成立創意文化園區，以創意文化園區來帶動文化創意產業的發展，如此的空間再造方式與文化創意產業之新興產業的發展，皆是政府近幾年欲嘗試推動的新議題，花蓮創意文化園區的生成即是這兩項概念的結合，而如此概念的落實即為引起了筆者深入研究的動機。

二、研究目的

近年來政府積極的推動文化產業的發展，「創意文化園區」的設立即是一個重點項目。然而創意文化園區除了對於文化创意產業本身可提升競爭力之外，園區與所在城市如果能夠產生良性的互動，這也是在地居民所期待出現的景象。所以探討文化產業的發展需求，以及其對整體都市空間的影響，皆是設置創意文化園區在規劃上所必須考量的。而五大創意文化園區的規劃，皆是以舊酒廠廠區再利用的方式，將五個地區的舊酒廠轉化為創意文化園區，此經由再利用的空間轉化過程，更可以呼應創意文化園區與現今都市再造運動之間的關連。以「舊酒廠」轉化成「創意文化園區」而言，其包含的概念有二，舊酒廠的保存為保存在地文化資產概念的落實；創意文化園區的成立是帶動產業發展的一種方式。未來花蓮創意文化園區應該是一個創意與文化匯集的場域、也是歷史場所的延續、更是一處城市中居民連繫情感的公共空間，園區運轉後之影響範圍除了花蓮市區，甚至可與花蓮的其他地方產生互動。基於上述創意文化園區成立之基本內涵，因此本研究之研究目的設定如下：

- (一) 探討花蓮舊酒廠創意文化園區未來可能發展之各項功能。
- (二) 分析花蓮舊酒廠創意文化園區對於花蓮地方產業發展之影響；以及園區與花蓮縣各社區與部落之互動。
- (三) 探討花蓮舊酒廠創意文化園區與周圍都市空間之關聯性。

第二節 研究方法與流程

一、研究方法與流程

探討花蓮創意文化園區的生成這個議題，首要掌握的仍舊同於上節所述之基本概念，即文化資產的保存以及創意文化園區內容的探討。首先必須了解保存的意義及保存方法，再者必須對於討論個案的空間之現況、原使用機能、歷史背景

及所在地區的環境發展過程等相關資訊有完整的了解之後，才能更深入的探討該空間未來的運作與發展。而在園區內容的部分則是必須對文化創意產業有所認識。而本研究的主軸為花蓮舊酒廠將由閒置的狀態轉變為創意文化園區這段生成過程及未來可能的發展作一探討，所以保存理論與文化創意產業之相關文獻的收集及整理是首要掌握的重點，進而分析花蓮市都市空間的實際發展過程及現今狀況，再進入本研究的主軸－舊酒廠轉變為創意文化園區的生成過程及其未來可能的發展的探討。而本研究對於以上流程的操作將會以「文獻整理」與「實際空間觀察」兩個度向的研究方法來執行。

(一) 文獻整理類別：

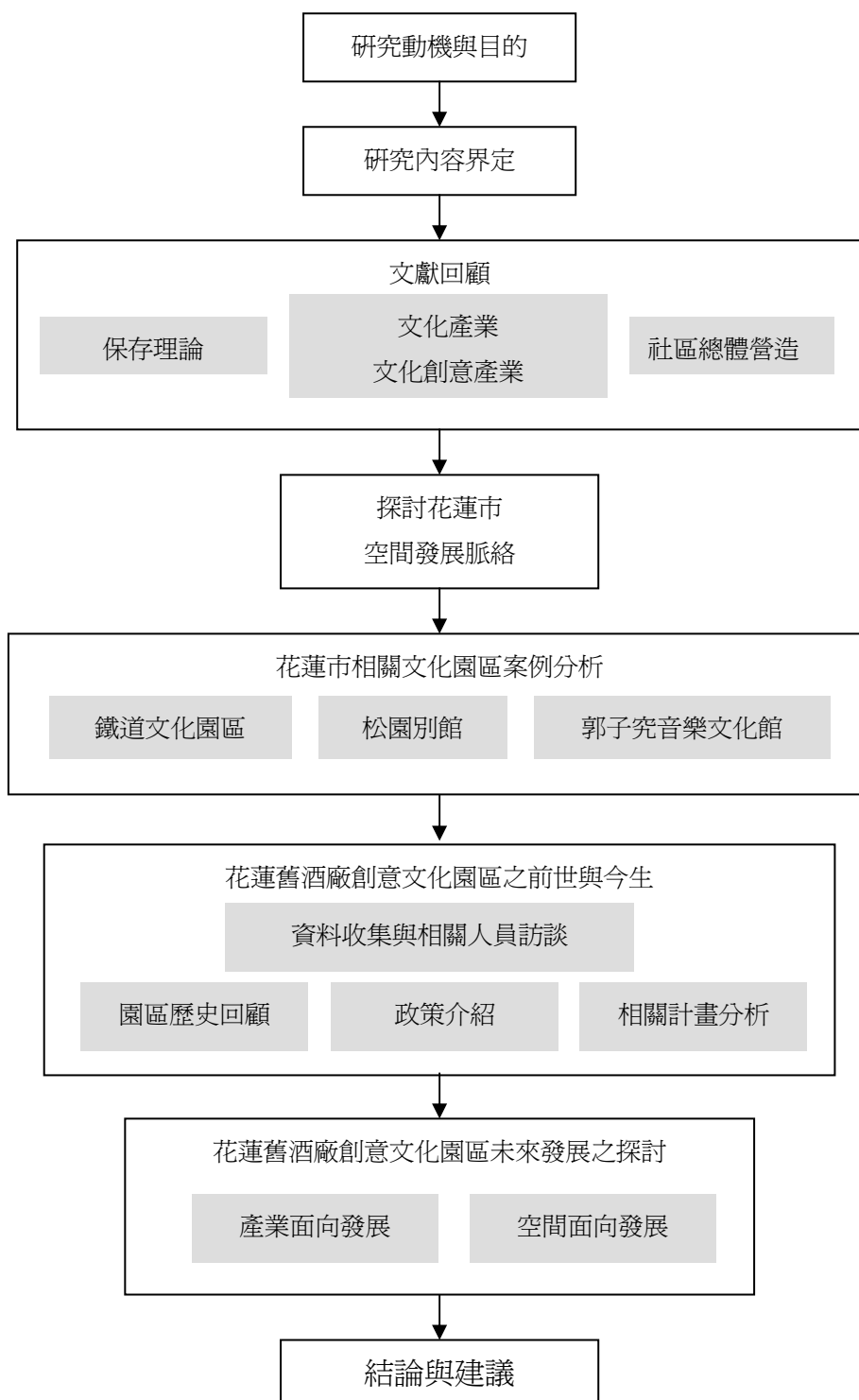
- (1) 保存理論與閒置空間再利用的相關文獻。
- (2) 文化創意產業以及創意文化園區的相關論述。
- (3) 與保存理論、文化產業有關之社區總體營造概念的論述。
- (4) 花蓮市都市紋理與地方發展演進的相關資料。

(二) 實際空間觀察：

藉由實際的空間與文獻的分析作一對比與歸納。其觀察的過程如下：

- (1) 首先必須掌握花蓮舊酒廠的外圍環境－觀察花蓮市的整體都市發展過程，並探討市區中主要公共空間之關係，以釐清現有花蓮市都市空間的脈絡。(由外而內)
- (2) 進而探討主題核心花蓮舊酒廠創意文化園區之設立，對於外圍環境的影響，其包含了園區與都市空間之連結，以及花蓮縣其他地方之互動。(由內而外)

圖 1-1 研究流程圖



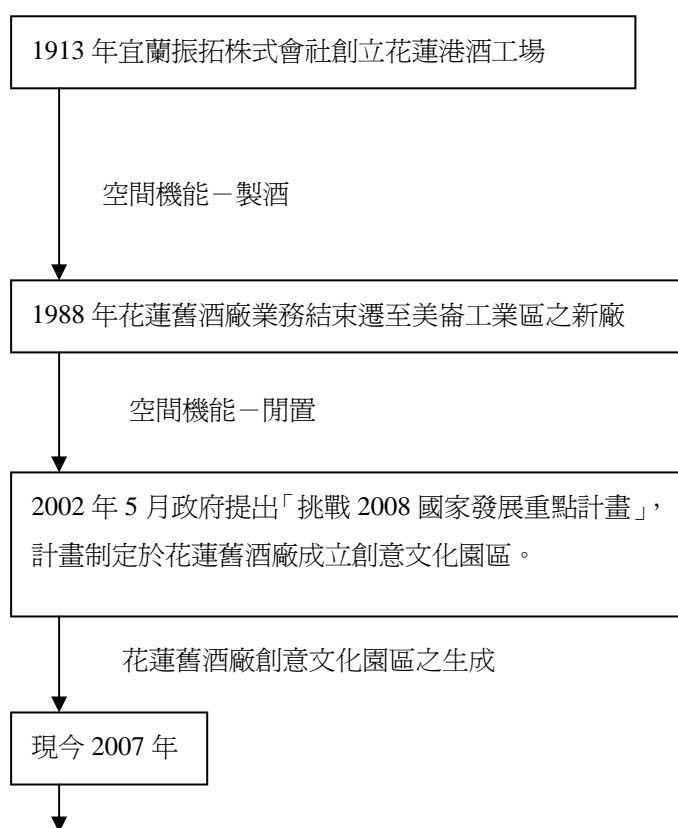
第三節 研究範圍與限制

一、研究範圍

本研究以位於花蓮市的「花蓮舊酒廠」為主要調查研究對象，而這座閒置了十多年的工業遺址即將以成立「創意文化園區」的方式重新運作，所以本研究在文獻的收集上除了花蓮舊酒廠本身的資料之外，保存理論、文化創意產業及社區總體營造這幾個議題的相關資料也是彙整與研究的範圍。在時空兩個面向的範圍規劃如下：

(一) 時間範圍

圖 1-2 花蓮舊酒廠之主要歷史斷代圖



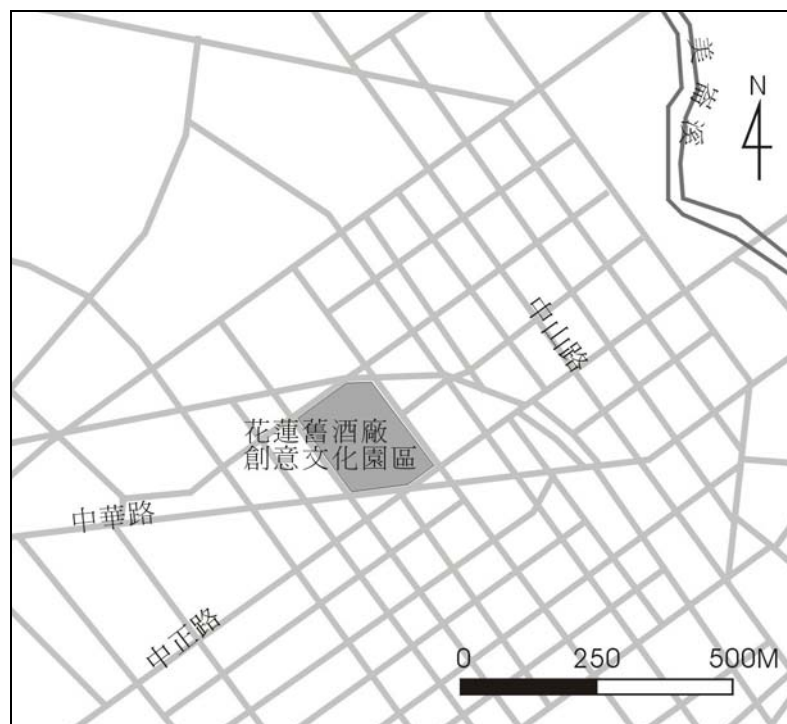
資料來源：本研究整理，參考自黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，行政院文化建設委員會。

本研究之時間範圍，主要是從 1913 年宜蘭振拓株式會社在現今的花蓮舊酒廠廠址創立花蓮港酒工場開始，其中經過 1988 年遷廠之後原址呈現閒置狀態、2002 年計畫成立創意文化園區，至現今 2007 年。而園區未來發展之探討亦是本研究之重點。

(二) 空間範圍

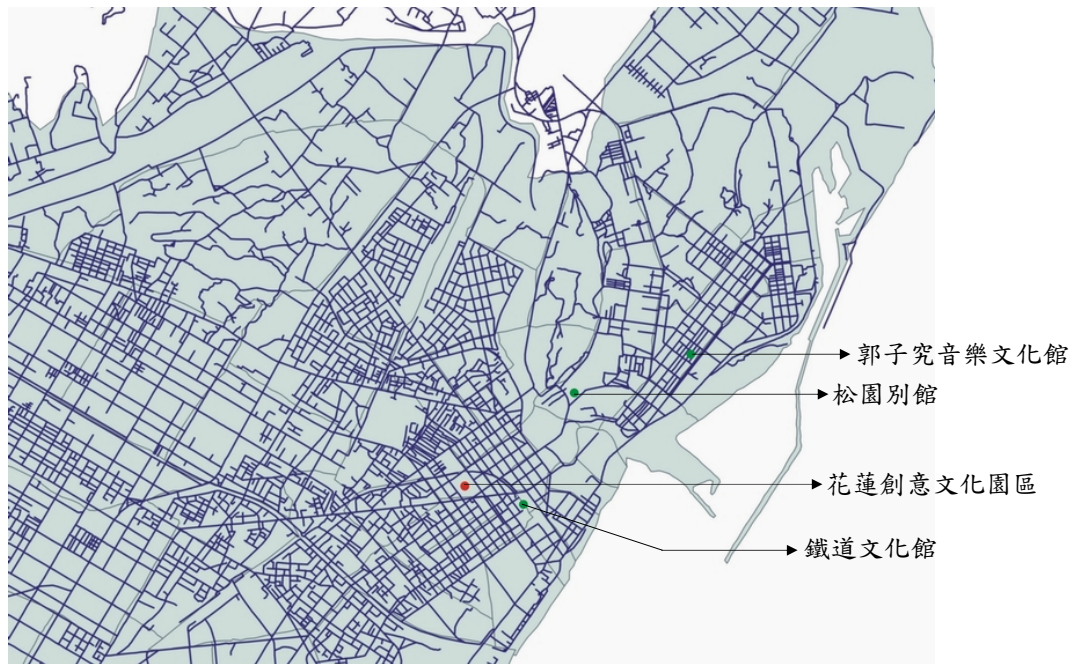
本研究之空間範圍是以位於花蓮市中正路與明義街交叉地帶的花蓮舊酒廠（33789 平方公尺）為核心，而花蓮市的空間發展過程，以及園區與花蓮縣其他地方之連結關係也是研究之範圍；而現今位於花蓮市的鐵道文化園區、松園別館及郭子究音樂文化館這三座舊築再利用的公共空間亦為本研究欲分析之相關案例。

圖 1-3 研究對象位置圖（一）



資料來源：本研究繪製

圖 1-4 研究對象位置圖（二）



資料來源：本研究繪製

二、研究限制

本研究之研究對象－花蓮舊酒廠創意文化園區，在研究期間其正處於由閒置空間演變為創意文化園區之過渡期，所以此研究對象仍是處於動態的轉變過程中。因此對於花蓮舊酒廠創意文化園區後續的發展過程無法完整的紀錄，所以本研究會以花蓮舊酒廠創意文化園區的生成過程以及未來之可能發展作為研究的主軸。

第四節 名詞解釋

一、閒置空間再利用

行政院文化建設委員會九十年度試辦閒置空間再利用實施要點，閒置空間係

指：「依法指定為古蹟、登錄為歷史建築或未經指定之舊有閒置之建物或空間，在結構安全無虞，仍具有可再利用以推廣文化藝術價值者」。

傅朝卿教授對閒置空間再利用的基本定義下了以下注解¹：閒置是指一種狀態、空間為一對象、再利用則是指手段。「閒置」即是空間不被使用，沒有機能的特質。造成如此情況的因素有許多，除了使用者已不存在或是所有權人已經放棄之真正的閒置空間之外，有些是因管理不當而產生的閒置空間；「空間」是指各個種類的建築物與構造物，甚至是開放空間；「再利用」則是把舊有的建築重新利用之設計，是一種設計策略的執行。然而西方學者用來描述再利用的字眼相當分歧，其中「可適性再利用」(adaptive reuse)最能傳達出舊屋新用之概念，一般亦簡稱為再利用。傅朝卿教授也引用了《建築、設計、工程與施工百科全書》(Encyclopedia of Architecture, Design, Engineering & Construction)之中的定義，再利用乃是：

在建築領域之中藉由創造一種新的使用機能，或著是藉由重新組構 (reconfiguration) 一棟建築，以便其原有機能得以一種滿足新需求之新形式重新延續一棟建築或構造物之舉。有時候再利用也會被人稱為建築之調適或改修。建築再利用使得我們可以捕捉建築過去之價值，利用之，並將之轉化成將來之新活力。建築再利用成功之關鍵乃是取決於建築師捕捉一棟現存建築之潛力，並將之開發為新生命之能力。

二、文化創意產業

聯合國教育科學文化組織 (UNESCO)²對文化創意產業的定義與說明為：

創意是人類文化定位的一個重要部份，可透過不同形式表現，表現的手段透過產業流程與全球分銷而被複製與提升，是構成一個國家經濟的重要資源。主要為「以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合的產業」。亦即，文化產業會對內容進行加值，並為個人與社會創造價值，是知識及勞

¹傅朝卿 (2001)〈台灣閒置空間再利用理論基礎〉，收錄於張玉璜主編《2001 推動閒置空間再利用國際研討會 會議實錄》，南投市：行政院文化建設委員會，頁 1-1.1—1-1.4。

²UNESCO： United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

力密集、創造就業與財富，並培育創意、支持生產與商品化過程中的革新。其內容是受著作權保障，並可以產品或服務形式呈顯³。

國內「文化創意產業推動組織⁴」對文化創意產業所定義為：

源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。

選定原則：1·就業人數多或參與人數多，2·產值大或關聯效益大、成長潛力大，3·原創性高或創新性高及附加價值高。並對創意文化產業訂定了十三個產業種類，分別為：視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業等共十三項產業。

經濟學者大衛·索羅比（David Throsby）在他的著作《文化經濟學》一書中他提到，從定義產業的角度來看，他指的文化商品為：

文化商品是內含創意的產品，是智慧財產的的體現，並且能傳達某種象徵意義（大衛·索羅比，2001，頁 142）。

這個範圍標準能夠圍繞特定的文化產品來定義特定的產業，讓這類的產品與整體的「文化產業」搭上界，即利用商品來表達產業的特色。在 1998 年，一位英國內閣閣員提出「創意產業」（creative industries）一詞形容藝術部門對英國經濟的積極貢獻；另外一種定義文化產業的方式，把「智慧財產權」作為充分條件，換言之「文化產業」也於某些程度類似於「著作權產業」。

根據上述的說法，大衛·索羅比做出一個文化產業的模型，這個模型以創意為中心向外延伸。具體來說，「傳統藝術」是文化產業模型的核心，包涵了音樂、舞蹈、戲劇、文學、視覺藝術、手工藝品，向外延伸包括新型態的影像藝術、表演藝術、電腦與多媒體藝術等，這些都可以納入文化產業的範疇。另外有許多本身是在文化範圍外但其產品是有文化內容的產業，例如廣告業、觀光業、建築業等…，這些也皆是以創意為核心漸漸向外延伸的產業。簡而言之，該模型即為一

³ 《創意文化園區總結報告》，頁 2-1。http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_06_01.htm

⁴ 「文化創意產業推動組織」，包括：行政院「行政院文化創意產業發展諮詢委員會」；由經濟部、文建會、教育部及新聞局共同成立「文化創意產業協調推動小組」；並設置「文化創意產業協調推動辦公室」，落實文化創意產業之發展。詳參《文建會 2004 文化白皮書》頁 126。

個同心圓，藝術居中，其他產業漸漸向外擴張，隨著創意的運用範圍擴大，該同心圓也逐漸擴大⁵。

三、社區總體營造

在台灣，「社區」一詞是在 1960 年代，台灣政府推行的新地方單位，從字面上來解讀「社區」二字，是指「自成一個小小社會的地區，在這個小社會中文化、產業、經濟、教育、公共行政等等均形成對外自主，對內互助合作的體系」（黃世輝、宮崎清，民 88），該性質同於日本的町或美國的 Community。1965 年「社區發展」被作為福祉政策而提出；1968 年內政部提出「社區發展工作要」；到了 1990 年代，社區活動開始延伸，包括開始注重都市計劃、生活環境、地方文化等問題。此外，文建會更在 1994 年提出了「社區總體營造」這項本土化社區改造活動，其概念源於日本的「造町」和美國的「社區設計」（Community Design）。社區總體營造是一種「由下（社區）而上（政府）」的環境改造運動，由社區的居民用自己的雙手「共同設計大家可以接受並且願意定居的生活環境」⁶（陳宇進，1996）。日本學者延藤安弘對日本的造町所做的解釋為：「造町不只重視硬體環境的改善、也將軟體領域例如居民的健康、福祉、教育、社區形成等放入視野中。同時考慮物質環境的改善及無形的生活品質的提升。」

行政院文化建設委員會對社區總體營造的定義為：

社區總體營造是以社區共同體的存在和意識作為前題和目標，藉著社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力，配合社區總體營造理念的推動，使各地方社區建立屬於自己的文化特色，也讓社區居民共同經營「產業文化化、文化產業化」、「文化事務發展」、「地方文化團體與社區組織的運作」、「整體文化空間及重要公共建設的整合」、及其他相關文化活動等。如此因社區民眾的自主與參與，使生活空間獲得美化，生活品質獲得提升，文化、產業、經濟再行復興，原有的地景、地貌煥然一新，進而促使社區活力的再現。如此全面性、整體性的規劃與參與社區

⁵ 大衛·索羅斯比 David Throsby 著 張維倫 潘筱瑜 蔡宜真 鄒歷安譯（2003）《文化經濟學》，台北：典藏藝術家庭，頁 141-143。

⁶ 詳參陳宇進（1996）〈以「生活者·市民」為目標 走向「社區建築」之路〉收錄於《市民的城市》，台北市：創興，頁 127。

經營創造的過程，稱為社區總體營造⁷。

⁷翁德徐總編（1999）《社區總體營造的理念與實例Ⅱ》，台北：文建會，頁 62。

第二章 相關文獻探討

第一節 解讀保存與再利用

一、十九世紀歐洲的保存運動

在歐洲，歷史建築的保護及修復，是在十八世紀末開始受到重視，當時的人們是基於對歷史傳統的崇拜，而開始研究甚至假造過去遺跡；到了十九世紀，該領域的基本概念、理論與原則已有了初步的形成；經過百年的發展，到了二十世紀，《雅典憲章》、《威尼斯憲章》等…全球性憲章的出現，更是對於保存工作有了更具體的原則與規範。

十九世紀的歐洲，歷史建築的維護及修復⁸之發展，主要是以英、法、義三國為該領域的先驅。以下為根據王瑞珠所著的《外國歷史環境的保護和規劃》一書，對十九世紀的歐洲，歷史建築的保護及修復之發展作一介紹。

（一）英國的哥德復興

英國在十九世紀初開始流行哥德（Gothic）建築的修復與建設，這個風潮也稱為哥德復興（Gothic Revival），但該時期的修復方式對於建築物的造型特徵並沒有作確實的歷史考證，而是單憑建築師自己的想像作為依據，這點即是該運動受到許多學者強烈批評的部分。

（二）法國的「風格復原」（Restauration stylistique）

⁸ 「維護」與「修復」是兩個容易令人混淆之動詞，對於文物的維護，為使其永恆不滅，是一種維持與保護的動作；而修復則除了修繕毀壞，還有回復以往面貌之意。十九世紀初，在文物建築的修繕工作上，這兩個動作未有明確的區隔，且常有不當之交疊使用；到了 1877 年英國的「古建築保護協會」才對這兩個動作作了初步的論述，即「對於文物建築的修繕，期待人們用保護（Protection）代替修復（Restoration）」；而 1964 年通過的《威尼斯憲章》之中，對維護（conservation）及修復（restoration）下了明確的定義，根據傅朝卿教授所翻譯的《國際歷史保存及古蹟維護 憲章、宣言、決議文、建議文》一書，《威尼斯憲章》第四條：文化紀念物維護的本質是它們在一種永久之基礎上加以維持；第九條：修復的過程乃是一項高度專門性的工作，其目的在於保存與顯現文化紀念物的美學與歷史價值，並且必須以尊重原始材料和真實的史料證物為基礎…。

哥德復興之後，法國政府在 1837 年成立了「歷史文物委員會」，這個文物保護的系統主要有兩個重點人物，作家梅里美 (Merimee Prosper) 與建築家維奧萊·勒·迪克 (Viollet-le-Duc)，他們制定了忠實於原狀的修復原則，在建築的修復之前，應對建築物作一深入的基礎調查，並且必須對原有式樣有確實的依據才得以在損壞部分進行修復。維奧萊·勒·迪克特別強調風格的統一，他認為：「應該把建築，包含他的局部，回復到原來的風格，不論是外表或是結構都該如此。」他的這套理論及做法即被稱為「風格復原」(Restauration stylistique)。他主持修復的重要中世紀建築有：巴黎聖母院、聖禮拜堂、聖默里教堂、聖德尼教堂等。但維奧萊·勒·迪克在往後的執行上並無完全遵循以上的原則，反而依他自己的認定，將歷史建築修改成他所謂的理想形式，這樣的手法對於歷史建築反而造成一種破壞，這也是維奧萊·勒·迪克的修復方式令人詬病之處。

(三) 英國的「反修復」運動

到了十九世紀中，在英國，出現了反制「風格復原」修復方式的「反修復」運動，該運動的領導者是作家拉斯金 (Ruskin John) 與工藝設計師莫理斯 (Morris William)。拉斯金說到，「人們所謂的修復只是一種最惡劣地破壞方式」，他認為：人們不可能恢復建築過去曾經有過的偉大及美麗，正如不可能使死人復活一樣。而在拉斯金的理論啓發下，莫理斯在 1877 年成立的「古建築保護協會」(The Society for Protection of Ancient Buildings, 簡稱 SPAB)，該協會的成立主旨主要為：期待人們用保護 (Protection) 代替修復 (Restoration)，以阻止對建築物尚存時的竄改，維持其真實性；任何必要的修繕或修復絕不可使歷史見證失真，必須明白顯示何為原有物件、何為後代添加，並且認為後代必要的改建雖然毀壞了原有的一部份，但同時又留下了自己時代印記，而這樣的印記是有時代意義的。而拉斯金與莫理斯的保存原則，也都是現在保存理論的基礎。

(四) 義大利學派

在十九世紀末到二十世紀初，義大利的保存學派開始興起，其代表人物為波依多 (Boito Camillo)、貝爾特拉密 (Beltrami Luc) 與喬瓦若尼 (Giovannoni G)。波依多強調文物建築具有多方面價值，他認為必須保護建築的原狀，建築物最主要的修繕即是進行加固。貝爾特拉密則是主張保護工作必須要建立在考古研究的

基礎上，需要實際的證據而非個人的推測。到了二十世紀，喬瓦若尼成爲義大利學派的主要代表，他發表了許多以文物建築修繕與保護爲主題的著作，1931年所通過的《雅典憲章》，其中有許多內容即是以他的文章爲基礎。總括義大利學派的觀點主要爲：文物建築具有多方面的價值，必須對他們作全面的保護；尊重文物建築在存在過程中所獲得的所有歷史信息，其包含變動及添加的內容；強調調查研究，以確鑿的考古證據爲基礎，反對修繕時的主觀臆測；只對文物古蹟作必要的加固與修繕，並使後代添加物與原蹟有所區別；並強調環境的保護。這些觀點對於世界各國的保存發展也都造成了重大的影響，亦得到了國際上的肯定。

二、由二十世紀的全球性保存憲章看近代的保存理論發展

歷史建築保存這個議題發展至二十世紀，逐漸的由十九世紀歐洲各流派輪流主導的形情，演變爲由「憲章」、「宣言」等具體的條文作爲實際保存工作執行上的依據，以下即針對二十世紀的幾項全球性憲章作介紹：

二十世紀第一個首要的里程碑即是 1931 年《雅典憲章》⁹的通過，其全名爲《雅典歷史文化紀念物修復憲章》，該憲章是在 1931 年於雅典舉行的第一屆國際歷史文化紀念物建築師與技師會議通過採行的全球性憲章。雅典憲章內容爲七項決議與七項結論，該憲章之中許多的觀點即爲日後國際上許多案例執行上與往後的修復憲章制定的依據。例如其結論中指出：爲了確保建築生命延續的進駐必須加以維修，而使用的機能則必須尊重建築歷史與藝術的特徵，這可說是現代最早的再利用觀念，對往後的建築再利用運動有一定程度的影響；還有該憲章對於現代技術及現代材料的應用於古建築上，已提出正確的觀念；而其中提到的原物歸位法與新舊材料的可辨識性更延伸到之後的《威尼斯憲章》（傅朝卿，2002）。

在《雅典憲章》發表的三十年後，1964 年第二屆國際歷史文化紀念物建築師與技師會議於威尼斯召開，該會議通過了第二部全球性的憲章－《威尼斯憲章》，其全名爲《國際文化紀念物與歷史場所維護與修復憲章》，該憲章除了就《雅典憲章》中對維持古蹟文物之真實性的操作原則作更細膩的規範之外；對於文化

⁹詳參 傅朝卿翻譯、導讀（2002）《國際歷史保存及古蹟維護 憲章、宣言、決議文、建議文》，台南市：台灣建築文化。本段所提及之各全球性憲章皆參閱該書。

紀念物 (monument) 更擴大了其定義，不僅為單棟建築，還包含了有特殊價值的整個地區，而保存的概念也不只適用於偉大藝術品，對於隨著時間消逝而逐漸累積文化重要性的中庸之作也同樣適用；在維護 (conservation) 及修復 (restoration) 兩個易混淆的字眼上也作了定義；並且在維護之基礎上，對於再利用的觀念也作了規範。《威尼斯憲章》雖有許多部份為《雅典憲章》的延伸，但其內容已更為完整與成熟，並且受到國際上的肯定與遵守，《威尼斯憲章》可以說是目前被世界文化遺產界公認最具權威性的國際憲章 (傅朝卿，2002)。此外國際上著名的組織「國際文化紀念物與歷史場所委員會」(International Council Monument and Sites 簡稱 ICOMOS) 也是在此次會議中決議設立，並於隔年 1965 年成立。

1987 年，國際文化紀念物與歷史場所委員會在華盛頓通過了另一部重要的憲章—《華盛頓憲章》，其全名為《歷史城鎮維護憲章》，該憲章的出現是為了減緩及阻止伴隨著工業化而來對各地方發展的衝擊。憲章的第一條，所有都市社區，不管它們是經歷時間逐漸發展而成或是刻意創造的，都是歷史上社會多樣性的表現¹⁰。這段話即肯定了各個地區的地方價值，憲章的第二條指出，各個歷史城鎮除了作為歷史紀錄的角色外，更具體化了傳統都市文化，這更說明了地方價值的所在，而這些價值可能因為工業化的衝擊而毀損甚至消失，而維護及保存這些地方價值正是《華盛頓憲章》所通過的目的。該憲章對於城鎮保存的方式不同於以往的部分在於，它強調歷史城鎮的經濟與社會發展、居民的參與及教育、新機能與新活動的注入、對於住宅與當地可及性的改善。整體而言，《華盛頓憲章》對於歷史城鎮的保存方針即是以活化的方式保存該地區。而憲章中仍舊延續《威尼斯憲章》對維護歷史文物及地方價值作了嚴格的規範，以防止引入了新的運轉機能，卻產生了本末倒置的效果。

到了 1999 年，國際文化紀念物與歷史場所委員會在墨西哥舉行的第十二屆年會通過了《國際文化觀光憲章》。在現今全球化的時代，各個地方的特殊文化或遺產都可能受到這股全球化浪潮的衝擊，這些文化可能會逐漸受損甚至消失，而《國際文化觀光憲章》就是在這樣一個保存地方特色的需求下所產生。該憲章

¹⁰傅朝卿翻譯、導讀 (2002)《國際歷史保存及古蹟維護 憲章、宣言、決議文、建議文》，台南市：台灣建築文化，頁 42。

前言的部分即定義了遺產的概念，遺產涵蓋了景觀、歷史地方、場所和營建環境以及生物多樣性、收藏品、過去及現在持續的文化執業、知識與生活經驗¹¹。並說明了經營管理對遺產之重要性。憲章中最主要的六項原則為：1. 觀光為文化交流重要的工具之一，維護應該為在地社區及訪客提供一個良好的體驗機會，並直接了解社區遺產與文化。2. 遺產的維護與觀光的發展都必須採用永續性的經營手法。3. 遺產的維護與觀光規劃應確保訪客之體驗為值得且愉悅的。4. 在地居民應參與維護及觀光之規劃。5. 觀光與維護應對在地社區有益。6. 觀光規劃應保護及提升遺產之特徵。《國際文化觀光憲章》與上述的國際憲章相較之下，其維護與討論的內容又更加廣泛了，從「景觀、歷史地方、場所和營建環境以及生物多樣性、收藏品」等硬體部分，到「過去及現在持續的文化執業、知識與生活經驗」軟體，維護之對象的擴大，象徵著人類對於各個地區多樣性的價值之包容度增高與對各個民族文化的尊重與重視的提高。而《國際文化觀光憲章》釋出的另一個重要的概念即是遺產的保存其實可以與經濟發展結合。憲章中提到，觀光可以獲取遺產之經濟特色，同時利用這些特色生產資金、教育社區與影響政策以獲得維護¹²。這個概念呼應了《華盛頓憲章》中提到歷史城鎮的維護應該成為經濟與社會發展政策以及區域計畫的一部分。此利用遺產的價值產生經濟效益，產出的利益用予遺產本身的維護與對在地社區的回饋，這的確是一種值得採用的永續概念。同樣的，《國際文化觀光憲章》的內容還是一再強調對於遺產保護的重要，這同樣是一種永續性的經營概念，任何的觀光規劃都不可以傷害到在地遺產，任何短視近利的操作手法都是不被允許的。總括《國際文化觀光憲章》的內容，它以觀光的方式來作為維護地方遺產的方式，並且用永續性作為整個運轉機制的基礎。對於遺產的經營管理與維護，該憲章中的規範與概念的確可作為一項值得可靠的依據。

在 1999 年，國際文化紀念物與歷史場所委員會在墨西哥舉行的第十二屆年會還通過了另一部國際憲章－《人造風土遺產憲章》。該憲章與《國際文化觀光憲章》一樣都是為了在全球化的威脅之下，為了保存地方文化所出現的憲章，但《人造風土遺產憲章》更強調的是維護人造風土遺產之重要性，其為社區文化與

¹¹傅朝卿翻譯、導讀（2002）《國際歷史保存及古蹟維護 憲章、宣言、決議文、建議文》，台南市：台灣建築文化，頁 77。

¹²傅朝卿翻譯、導讀（2002）《國際歷史保存及古蹟維護 憲章、宣言、決議文、建議文》，（台南市：台灣建築文化，頁 79。

土地關係上之基本表現，亦是文化多樣性的表現，這樣的風土遺產更能夠代表各個地區的地方特色，也承載著當地的歷史與文化，其價值是無法抹滅的。但以往所保存的對象大多為普世價值所認同，並且站在文化金字塔頂端的藝術品，而人類逐漸發現分布在世界各個角落，與我們的生活更為貼近的風土建築，其在文化上的價值其實是不亞於藝術成就極高的歷史性建築，這樣的觀點也是《人造風土遺產憲章》之中主要的論述。所以該憲章即是針對以往較少受到關注的風土遺產之保存作了維護工作上的規範，其內容包含了對於風土的辨認；當地社區的參與；除了有形物體的維護，也必須保存無形的傳統與思想；對於硬體修復與維護的原則以及工藝技術的傳承等重點。

三、保存理論的轉變分析

縱觀從十九世紀歐洲的各個保存流派，到二十世紀各全球性憲章的通過，保存理論在這一系列的發展與演變之中，我們可以看出其在各個面向都有大幅的轉變，筆者將其分為「執行者」、「保存對象」、「保存方式」與「保存原則」，四點作探討。

（一）執行者

十九世紀主要是以學者、專家等社會精英來主導歷史建築的維護與修復工作，到了二十世紀逐漸加入了社區區民的參與，甚至是由社區居民來主導自己生活空間的改造，在《華盛頓憲章》中就明白寫出「居民的參與與涉入是維護計畫成功的條件」。

（二）保存的對象

在十九世紀歐洲各大學派所修復維護的對象往往是藝術成就極高或是在某領域富有代表性的建築物，但到了二十世紀，保存的對象逐漸擴大，除了保存在文化或藝術等方面具有代表價值的歷史建築之外，一般常見的民居、街屋等各個地方的風土建築都被納入了保存的範圍，而且早期保存的對象多為以點為單位的單棟建築，隨著時間的推演，漸漸的擴大到街區、聚落、城鎮等整個文化環境的維持與保存。以上所談的保存對象皆屬於硬體的部分，在軟體的部分，例如地方的生活方式、宗教慶典、傳統產業等也都逐漸被劃入了保存的範圍內，保存對象

的擴大也象徵著對於文化多樣性的尊重。

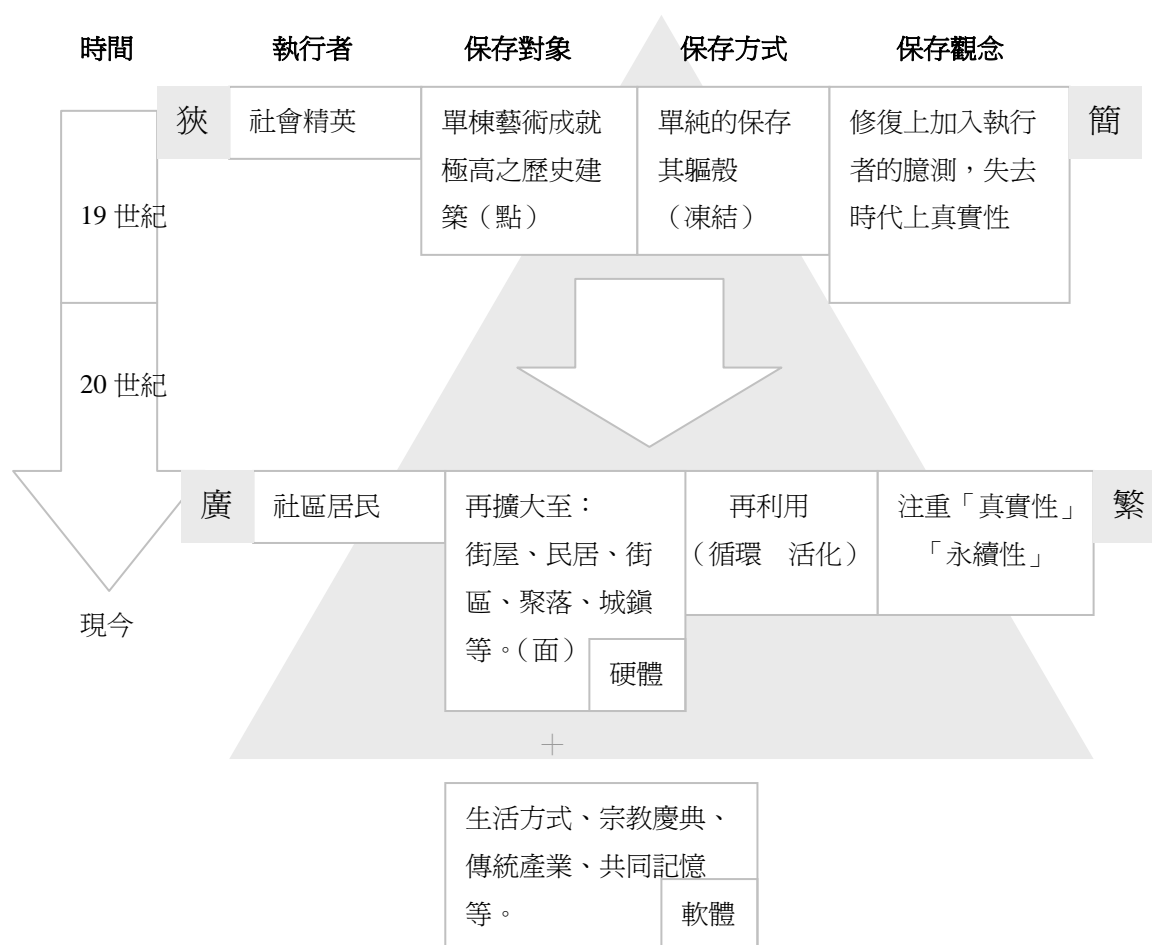
（三）保存的方式

隨著保存對象的擴大，「保存的方式」也逐漸變的多樣與複雜。十九世紀的保存方式大多屬於單純的修護與修復，尚屬於凍結式的保存，到了二十世紀，在《雅典憲章》中也僅是淺淺的談到了新機能的加入的問題，但在 1964 的《威尼斯憲章》中已承認了再利用的價值，而《華盛頓憲章》與《國際文化觀光憲章》更是對歷史城鎮與文化遺產的活化有了完整的規範。

（四）保存的觀念

早期在修復的手法上往往會加入執行者的臆測而使建築失去其真實性，所以關於修復的規範就逐漸產生，其核心觀念即是維持保存對象「真實性」之大原則，所以也衍伸出各修復時代之新舊材料必須可明確辨識的觀念。在保存方式發展到了再利用的時期，為達到活化的目的，對於新機能的加入，保存的對象勢必會有所改變或是面對許多外來的影響，在這一轉變之下產生了「永續」的觀念，即是為了防止人類一昧的利用保存對象求取發展，反而使保存對象產生傷害，造成無法挽回的損失。同樣的，在上段保存方式中所提到文化資產之「活化」，使文化資產循環發展，亦屬於「永續」的概念。

圖 2-1 保存理論轉變示意圖



資料來源：本研究整理

四、從二十世紀之空間發展看「再利用」

近幾年在台灣，老建築再利用、閒置空間再利用等空間再造的議題，在政府部門的推動以及民間單位的響應之下已成為一股風潮，全台從南到北皆有許多的案例相繼執行。而由前幾段的文字中可以得知，再利用是現今保存方式的一種潮流，而本段即欲說明這股再利用的潮流的發展歷程。

在二次世界大戰結束之後，許多城市的重建隨即展開，但此時城市重建的手法卻深受當時流行的「現代主義」所影響。以致於在戰後到 1960 年代這段期間，現代設計運動在世界各大都市展開了許多大刀闊斧的開發案，許多的舊建築與舊街區就在快速重建的需求下成為一堆堆的廢土。現代主義的追求者將原有的老社

區、老建築完全拆除，並採用新穎的營建技術建造出一系列他們認為理想、重視機能美學的新建築，但這些新建築往往缺乏人性、漠視環境涵構。現代主義的規劃手法也在美國產生同樣的效應，如果說歐洲的都市是在二次大戰期間慘遭戰火摧殘，那美國的舊城鎮則是毀於推土機之下（Roger Trancik，1986）。這些重建案使得舊有的都市景觀與傳統都市結構消失殆盡，使新的社區完全脫離舊有的環境。然而這樣的開發方式與創造出的新社區是否真正適合人類的生存需求？在時間的驗證下，答案是否定的。

1960 年代之後人們對現代主義的都市空間開始反省，現代主義過度簡化歷史及傳統涵構的單調空間是否適合人類聚落如此複雜的社會特性與機能關係？這個議題遭到眾多社會及建築學者的檢討與批判，如同可里斯丁·伯諾－舒茲（Christian Norberg-Schulz）傷感的寫到：

第二次世界大戰之後，大部分的地方都發生了鉅大的變化。不論是在新市鎮或是原有都市…都忽視人類傳統聚落的獨特品質，甚至永遠都無法回復，…人們不再認同節點（nodes）、通道（paths）及地區（districts），人們不再瞭解生活週遭的整體環境。都市景觀也和傳統都市結構一起喪失，他不再具有整體延伸的意義，地景只不過成為人造元素複雜網路（network）中的一部份而已¹³。

這類反省的出現，以致於在環境發展上對於「空間」與「歷史」的聯結開始受到重視，也牽動了地方與本土傳統價值再生的議題，這類的議題在國際各先進國家逐漸開始發展。但這時候的保存運動尚處於凍結式的保存階段，僅是基於一種歷史與維護（historical-conservational）的觀點，即限於舊建築之史實性的修復及原貌保存而已，將具有人類共同記憶及歷史價值的舊建築單純地當作一件件的展示品來對待，並無賦予他新的生命（傅朝卿，2001）。

到了 1970 年代，保存運動已不單單只是保存老建築的軀殼而已，而是開始找尋將老建築活化的方式，其加入了較為積極的「再利用」之觀念，也正是所謂的老建築之「再循環現象」（the recycling phenomenon）（傅朝卿，2001）。到

¹³ Roger Trancik 著，謝慶達譯（1996）《找尋失落的空間－都市設計理論》，台北市：田園城市文化，頁 39。

了 1980 年代以後，這種再循環式的方式保存在國外已漸漸成爲主流。

台灣開啓建築保存與再利用之大門是在 1970 年代中期，1977 年國際著名景觀建築師勞倫斯哈普林到台灣演講帶來保存與再利用的觀念，並且是由馬以工爲文“古屋的再循環使用”加以介紹。不過在當時並未引起廣大的迴響，但之後開始有國內學者提出相關的研究（傅朝卿，2001）。從 1982 年「文化資產保存法」的通過與 1984「文化資產保存法實行細則」的公佈，到了九零年代台灣已有許多再利用的案例出現。例如：1996 年位於台北閒置多年的「士林官邸」開放參觀，成爲民眾休閒的場所；1997 年由湯皇珍等多位藝術家所組成的「華山藝文特區促進會」爭取閒置中的「台北酒廠」作爲藝文展演空間；同年的二月二十八日由「台北放送局」改建而成的「二二八紀念館」也正式開館。但台灣早期其實也有許多老建築改變機能的使用，例如淡水紅毛城改設爲陳列館、打狗英國領事館改爲高雄市史蹟文物館等…，這些案例並未開發原有建築之特色，只是單純的「再使用」，與「再利用」的本質有所距離（傅朝卿，2001）。到了 1998 年，政府將舊建築保存與再利用之觀念轉化爲政策，也就是行政院文化建設委員會所推動的「閒置空間再利用」政策，在政府的推動之下，國內閒置空間再利用的案例也猶如雨後春筍般的出現，同年 8 月，陽明山上前蔣故總統的「草山行館」規劃爲「草山文化行館」；2000 年 6 月由位於台中市台鐵的閒置倉庫改造而成的鐵道藝術網—「二十號倉庫」正式對外開放；2002 年 7 月台北的西門町的「紅樓劇場」重新開幕。台灣的閒置空間再利用運動就在這些案子的進行中由觀念階段逐漸進入實際應用的階段。

五、保存與再利用的意涵

由上述之保存理論之發展可以得知，現今的保存概念已加入了再利用的想法，至於保存與再利用的意涵爲何？本段落即對這個主題以現代的環境結構爲基礎作一說明，並將其分爲「精神層面」、「文化層面」與「功能層面」三部分作論述。

（一）精神層面

根據伯諾舒茲（Christian Norberg-Schulz）《場所精神：邁向建築現象學》

¹⁴一書中的主題－「場所精神」(genius loci)，其為羅馬的想法。羅馬人的信仰中，每一種本體都有其靈魂 (genius)，守護神靈 (guardian spirit) 這種靈魂賦予了人與場所生命，也決定了他們的特性跟本質。伯諾舒茲說到：

在場所精神的發展過程中保存了生活的真實性，雖然它不曾被如此命名過。藝術家和作家都在場所特性裡找到靈感，將日常生活的現象詮釋為屬於地景和都市環境的藝術。¹⁵

這段話點出了場所精神與生活的關係。伯諾舒茲以「空間」與「特性」來對場所做分析，「空間」暗示構成場所的元素，為三向度的組織；「特性」一般是指氣氛，是場所中最豐富的特質。「空間」與「特性」，如以人身處於某個環境之中的感知來形容，應稱之「方向感」(orientation) 與「認同感」(identification)。人存在於環境中，因具有辨認方向的能力，而明白自己身置何處；同時在環境中認同自己，即必須了解他與場所的關係為何。

凱文林區 (K.Lynch)¹⁶對於「方向感」的體認是以具體空間中的「節點」、「路徑」、「邊界」與「地區」，暗示構成人們在空間中的方向感，而上面提到之「節點」等元素則在知覺上形成了一種「環境意象」，林區聲稱：好的環境意象能給他的擁有者在心靈上有安全感。因此所有的文化皆發展出了各自的方位系統，即達到擁有好的環境意象的空間結構；而「認同感」(identity) 意謂著「與特殊環境為友」，以北歐為例，當地的居民已和霧、冰與寒風成為朋友，這也意謂人所體驗的環境是充滿意義的 (Christian Norberg-Schulz, 1979)。以現代的都市空間而言，都市人與自然環境的關聯性已大大降低，都市人對空間產生的認同是藉由人為的街道與房屋等元素。我們的環境除了形成方向感的空間結構之外，亦需要能使人對場所產生認同感的明確客體，然而有認同感的客體是有具體的環境特質的，而人經常是在小時候就與這些特質產生關係了。

常態的穩定精神是人類基本的需求 (Christian Norberg-Schulz, 1979)。人長期生活的場所，其結構並非是一種永遠固定的狀態，它會隨著時空及人為的

¹⁴ Christian Norberg-Schulz 著，施植明譯 (1995) 《場所精神：邁向建築現象學》，台北市：田園城市文化。

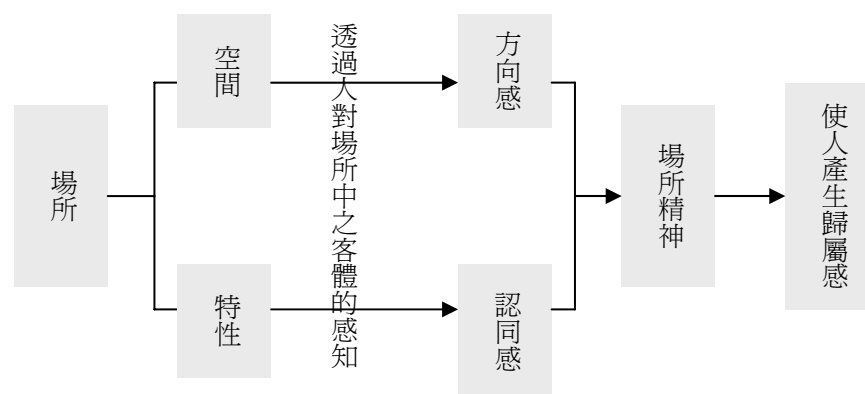
¹⁵同上註，頁 18

¹⁶同上註，頁 12

因素而變遷。其場所的精神要如何保存？如何順變時間的變遷？場所精神係由「區位」、「空間型態」與「特性的明晰性」所表達出來，如果這些元素是可以使人對場所產生方向感與認同感的客體時就必須被保存，而這些客體顯然是指聚落類型、營建方法與裝飾主題等。而人處於這樣的場所會感受和諧的氣氛，外來的旅客會感受到一種特殊的地方性。然而保存還具有另一種目的：意味著建築發展史是以文化體驗的總合而為人所理解的，文化體驗是不應該會淪喪的，反而應該可以保留到目前都還能夠供人使用¹⁷。這段話也回應了，場所精神一書第一章所提到的：保護和保存場所精神意謂以新的歷史脈絡，將場所本質具體化，即場所的歷史應該是其「自我實現的」。人的行為保存於新與舊的建築作品中，因此一個場所包含了具有各種不同變異的特質。

反之，若場所淪喪則會導致人類對環境的歸屬與認同感被疏離感所取代，而原來我們所熟悉的環境將逐漸被人遺忘甚至消失。

圖 2-2 場所精神架構圖



資料來源：本研究整理

(二) 文化層面

隨著通訊、交通等科技的進步，在生活中我們可以隨時接收世界各地的最新訊息，接受大量的外來文化。我們雖然身處台灣，不過可以看到與美國同步上映的電影，也可以購買到與世界各國同步上市的流行音樂。大量的外來文化入侵，本土的文化成了相對的弱勢；而強勢的外來資本也侵襲著各地的在地產業，我們可以在世界各地吃到麥當勞的漢堡，也可以喝到星巴克的咖啡，而擁有在地特色的產品與店舖則漸漸地消逝。這樣的全球化現象使我們活在一個時空壓縮

¹⁷同上註，頁 182

(time-space compression) 的年代¹⁸，造成我們可以在世界的各個角落看到同樣的商店、買到相同的產品。各個地區的同質性增加，甚至讓我們不知置身在何處。這個現象似乎與二次世界大戰後至六零年，代現代主義的一貫設計手法使得原有的在地都市紋理消失殆盡一般，這對於地方特色是一種毀滅，然而這種毀滅使的地方慢慢失去了承載著在地認同性的客體，進而使地方特殊性漸漸消失。

我們人類生活於各個不同的地方，有著不同的傳統文化及歷史背景，這些不同構成了各個地方特有的生活經驗、地方產業及空間形式，而這種每個地方的特殊性也成爲了在地的價值，這種在地的價值是其他地方無可取代的。

空間具有承載文化的功能，當地的傳統文化、共同記憶、宗教信仰、產業型態、自然與氣候等各種因素造成了在地特殊的空間與地景。然而這些在地的空間與地景也蘊含著在地的特色。我們生活週遭的老街道或是閒置的工廠、倉庫、戲院，甚至是廢棄的機器、煙囪等工業機具，皆承載著他們輝煌的歷史或是訴說著他們與地方過去的故事，這些即是他們所潛藏的價值。然而我們所談的「閒置空間再利用」，正是將老建築本體與老建築中潛藏的價值保存下來。

閒置空間再利用承襲原建築架構發展，在設計者的創造活動中，與一般模擬、複製舊建築不同，再利用是因循生態環境、文化傳統、歷史紋理等在地因子而產生一種新型態的地域性建築¹⁹。

閒置空間的保存與在利用，或是街區保存、聚落保存等行爲即是一種保留地方特色的方式。以街道保存爲例，街道兩旁店家的商業活動、街道上流動的人、車，這些元素在「街道」上的所呈現出的活動景象與產生的生態都是街道這個空間所負載的，而街區的保存不僅是保留街道這個舞台，舞台上的角色與戲碼亦是保存的對象。這樣的保存才是具有活化的動作。然而閒置空間它僅是一個空的舞台，而再利用的動作即是找尋新的適合的演員與戲碼，使這個舞台熱絡，而達到活化的功能，此功能正是藉由空間連接了地方的過去、現在與未來，而使地方價值延續再生。

(三) 功能層面

¹⁸ 陳宇進 (1996)〈全球化過程中的地方重建〉，收錄於《市民的城市》，台北市：創興，頁 96。

¹⁹ 沈芷蓀 (2001)〈閒置空間活化再利用之設計思維〉，收錄於張玉璜主編《2001 推動閒置空間再利用國際研討會 會議實錄》，南投市：行政院文化建設委員會，頁 2-3.5。

隨著經濟的發展，許多地方的產業爲了尋求更低廉的工資及成本而逐漸遷移他處；而全球化的經濟體系也正入侵著地方，也影響了地方的經濟。這些因素相對的削弱了地方的競爭力，阻礙了地方的發展。在這樣的環境下，地方未來要如何發展、如何生存？然而這樣的衝擊將地方推回了原點，讓地方重新檢視自己的價值何在。

因爲社會經濟產業結構的改變，使得一些地區漸漸的失去了競爭力，而逐漸衰敗，有些空間甚至處於閒置的狀態，這樣的空間往往會以「都市更新」的手法，將其改頭換面。而「都市更新」一詞給人的印象往往是政府將一個老舊的區域拆除，然後給予一個新的規劃，並在短時間內營造出一個欣欣向榮的新環境。然而這樣的空間設計手法雖然可以快速地將環境更新，但是也在一夕之間切斷了環境的歷史脈絡，也使的原有的地方風貌消失了。然而這些老街區或是老建築是否需要如此大刀闊斧的拆除重建？是否當地的居民也認同這樣的政策？就空間的向度而言，這些老街區或老建築如果採取再利用的方式將其保存，是否會比全盤的拆除重建來的好？雖然再利用這樣的空間處理方式可能無法在短暫的時間內有顯著的成效，但可以保存其地方的原有風貌，也保留居民對於居住地的歷史記憶。

政策性的都市更新手段，通常硬性地改造都市環境，雖然立竿見影，卻也增加執行上的衝擊。閒置空間的活化再利用，提供環境改造的另類思路，溫和漸進地改善都市環境，達到都市更新的目標²⁰。

就居民而言，政府的政策不見得是他們所想要的。地方未來的發展應該由居民自己掌握，外來的專家學者僅提供建議及協助。居民可以透過社區的參與，用自己的雙手「共同設計大家可以接受並且願意定居的生活環境²¹」。

地方居民在社區參與的過程中發現了地方的問題，在解決問題及重新建設地方的過程中也重拾了地方的價值，這些價值是除了有形的建築及地景外，無形的生活型態或傳統祭典也都包含在內。這些元素結合而成的即是特殊的地方魅力，這是地方特有的且獨一無二的無形資產。這些資產也是地方的競爭力，在許多國

²⁰ 同註 19

²¹ 陳宇進（1996）〈以「生活者·市民」爲目標 走向「社區建築」之路〉，收錄於《市民的城市》台北市：創興，頁 128。

家都將這樣的地方魅力當作商品化的行銷，其販賣的是當地的生活文化，也是販賣當地特殊的體驗。台灣這類發展方式的案例也漸漸的出現，新竹的湖口老街及大溪的和平路老街等老街再造的案子，都是創造老市街之新價值的案例。這樣的再造案，它可以販賣在地的生活體驗與獨特魅力，也許可以帶動觀光而發展地方的經濟，但是在品嚐經濟發展的甜美果實之際，請回想到事件的源頭－「整個環境的重新建構是爲了讓在地的居民擁有更好的生活環境」。如果是爲了觀光發展而改變了自己的文化與傳統，那即是本末倒置的做法。地方的發展需要有永續經營的觀念，在發展之中也要保有自己原有的地方特質。在這樣的一個平衡狀態下，地方在發展中也相對的累積新的歷史、創造新的地方價值，並達到一個良性的循環。

第二節 文化產業與文化創意產業

「文化創意產業」這是近幾年來在台灣頗受矚目的一個名詞。2002年，行政院推動「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，計畫之第二項即爲「文化創意產業發展計畫」。但台灣文化產業的推廣，其實在民國 80 年代就已經開始。

文建會於 1995 年「文化產業研討會」之中，提出了「文化產業化、產業文化化」之想法，而「文化產業」的概念即成爲我國社區總體營造的核心。但在全球經濟型態轉型爲以創新爲主的知識經濟型態之大環境下，政府於 2002 年，即將「文化創意產業」列爲「挑戰 2008：國家發展重點計畫」項目之一，即「文化創意產業發展計畫」，以期待藉由藝術創作與商業機制的連結，創造具本土文化特色之商品，以強化人民的文化認同與增加產業的附加價值（文建會，2004）。

以下即由文化產業起源的介紹作爲開端，並進而對台灣的文化產業發展與相關議題作一系列的論述。

一、文化產業概念的起源

若要了解文化產業的起源，首先則必須談及「文化工業」之概念。「文化工

業²²」(culture industry)一詞，最早是出現於法蘭克福學派(The Frankfurt School)²³的霍克海莫(Horkheimer)與阿多諾(Adorno)於1947年出版的《啓蒙的辯證》(Dialectic of Enlightenment)一書之中，其將「文化」與「工業」並置，表現出反諷的意涵，並以「文化工業」之概念來代替「大眾文化」(mass industry)，強調大眾文化之產品為自上而下作為社會控制與規訓工具的支配／管理／施給的文化(administered culture)(朱元鴻，2000)。

「文化工業」的概念是在《啓蒙的辯證》(Dialectic of Enlightenment)裡的〈文化工業：啓蒙是大眾欺騙〉(The culture industry: enlightenment as mass deception)一文中被提到，該文的內容大致如下：大眾文化是被壟斷且同一的，文化也被降格與娛樂混合，甚至這樣的情況將導致廣告與文化工業的合流，而二者都變成「一種專門控制人的程序」，而文化工業中廣告宣傳的獲勝，結果使得消費者被迫購買與使用它的產品，就算消費者已經看穿了它們(Tom bottomore, 1984)。

在朱元鴻教授所著的〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉這篇論文之中即對1947年霍克海莫與阿多諾所提出的「文化工業」概念作介紹，文中提到：在「文化工業」這個概念出現之際，正是電影、廣播及電影等大眾媒體支配文化形式的年代，霍克海莫與阿多諾在當時就預見未來的電視將綜合廣播與電影的功能，並在商業化的執行之下將成為最具影響力的文化工業之一。法蘭克福學派的學者對於文化工業的批判主要在於文化工業被作為社會控制的工具，例如被國家作為政治運用與宣傳的工具、資本家對於娛樂事業的控制等。這樣的現象可以由同為法蘭克福學派的學者哈伯瑪斯在1962年出版的《公共領域之結構變遷》中之理論一窺究竟：

由個人參與公共社群的政治性／社會性辯論與行動公眾(publics)，轉型而為遍受大眾媒體操控的大眾(mass)。大眾媒介由一小群精英控制，而不容

²² Industry 可翻譯為工業或產業，在眾多文獻中時有出現「文化工業」或是「文化產業」，基於忠於原著的原則，在本文之中所出現之工業或產業皆一概依其原著之用詞。

²³ 法蘭克福學派創始於1923年之德國法蘭克福社會研究所；在1933年至1950年這段納粹統治時期，該學派學者流亡北美，這段期間這些學者的理論逐漸形成一個思想學派，並發展出一套稱為「批判理論」的社會學說；在1950年返回德國之後，批判理論成為該學派的主要理念；法蘭克福學派之理論發展在1960年代達到巔峰；其風潮到了1970年則逐漸消退。法蘭克福學派主要成員先後有霍克海默、阿多諾、馬孤哲(Marcuse)與哈伯瑪斯(Habermas)等。其理論影響範圍包括哲學、社會學、政治學、文化及意識形態各個領域。(Tom bottomore, 1984)

許回饋參與的單向傳播，抹除了公共領域的民主條件，助長了社會消極性，並將公共領域分裂支解為私有的消費領域。²⁴

而法蘭克福學派對於當時大眾的立場，也是抱持著負面的態度。在那些學者看來，大眾的選擇實際上有限，甚至他們別無選擇，他們追隨時尚的潮流，並缺乏主見與審美能力，大眾所接受的趣味永遠是被製造而非自發，而時尚即意味著一種暫時、共同、並具操縱性的趣味功能（楊小濱，1995）。

法蘭克福學派除了對於文化工業對大眾的操控之描繪與批判之外。我們回到問題的本質，阿多諾意識到，在文化的批判之中，最為堅實與核心的問題之一即是關於謊言的問題：文化創造了對人類有價值之社會的一種幻想，但實際上沒有如此社會的存在；文化掩飾了人類勞作其上的物質條件，其以撫慰與催眠維持了經濟對生存的惡劣決定（楊小濱，1995）。所以法蘭克福學派正是認為大眾文化不是真正肯定了肉體的慾望和需求，而是用欺騙、用廉價的美麗幻覺把對現實滿足的追求打消掉，用媚俗的撫慰把反抗的慾望壓抑下去了（楊小濱，1995，頁 67）。

而文化工業對於文化本體而言，站在菁英文化論者立場的法蘭克福學派對其之批判為：低俗化、庸俗化，規格化（Specification）與標準化（Standardization），並且文化工業受限於現代技術與娛樂商業之特性，如此的發展對於高文化（High Culture）形成威脅。法蘭克福學派所堅持的是一種現代主義的文化邏輯，他們所認知的文化是藝術家的文化、知識份子的文化或是菁英的文化，即是所謂的高文化；相對的，低文化（Low Culture）是輕挑的、投大眾所好的，並且此種文化產品是受限於市場取向的（楊敏芝，2001）。的確，由阿多諾對於大眾文化與現代藝術的觀點即可印證上段的論述，在阿多諾眼中大眾文化與現代藝術是相互對立的，前者是資本主義所生產，並且在本質上是操控大眾的文化，其充滿了謊言的幻幕，使人在虛假的幸福中認同不合理的現實；而後者則是個體對現實中絕望的體驗與揭示，也是對痛苦之抗議、反叛與拯救，這樣的過程產生了清醒的批判與反省，這是一種不合理性的理性展示與否定（楊小濱，1995）。馬孤哲（Marcuse）也在其 1964 年的著作《單面人》中來說明這個現象，他認為因文化工業的發展，

²⁴朱元鴻（2000）〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉，收錄於張荳雲主編《文化產業：文化生產的結構分析》，台北市：遠流，頁 14。

文化原來與現實對抗的這一面被消除了，社會的同化力透過其吸收的內容而耗空了藝術的這一面，於是剩下的即是粉飾太平的一面，即大眾文化之「單面的文化」（陳學明，1996）。

然而在文化上有上述的轉變，在阿多諾或其他法蘭克福學派的學者看來這樣的轉變是抱持著負面的觀點，他們對於文化工業的論述皆是否定的批判。但是如此的「轉變」是否也連帶著某種契機的出現？文化工業的出現、或是說大眾文化的流行真的完全沒有正面意義嗎？關於文化工業正面的論述則必須談到班傑明（Walter Benjamin）的理論。雖然班傑明認為每件藝術品獨一無二的特性是圍繞在藝術品周圍的光暈（aure），其神聖而令人仰慕，但在技術複製在工業生產中用眾多的摹本代替了獨一無二的藝術品，藝術品失去了他的光暈，在無限的複製之下，藝術品本身雖不被觸動，但其本真性與權威性卻遭到了毀面性的打擊（楊小濱，1995）。但是班傑明的理論最值得一提，也與其他法蘭克福學派的學者之批判理論相異之處，則是他對於文化產業的樂觀論述。

班傑明認為，只要是為了摧毀菁英主義的藝術「情調」，而且可以導致「傳統的大量崩潰」（tremendous shattering of tradition），「機械化的再生產」（mechanical reproduction）便具有其革命的意涵。（Tom bottomore，1984，頁 16）

班傑明認為革命的藝術家應該要革新創作技巧及接受藝術生產的力量，充分利用報紙、電影、無線電、照相技術、音樂唱片等生產技術改變傳統的生產方式，避免使新技術成為少數人的專利（陳學明，1998）。同時，他對於文化產業的觀點，不同於其他批判論者的悲觀與消極，他認為現代技術雖然大量複製了原本神聖不可侵犯的藝術精品，使其失去了獨一無二的單一性，但是透過大量複製的技術，將這些藝術品不論是影像或是音樂都可以輕易的在社會的各個階層與每個角落流動，大大提高了普羅大眾對於藝術與文化的可及性（朱元鴻，2000）。

在 50、60 年代，法蘭克福學派對於文化工業的批判，主要是在於文化工業對大眾的操控與欺騙以及文化工業對於菁英文化與大眾文化之界線的淡化。但在 70 年代之後，後現代主義文化朝向的是「通俗文化」，而原有的菁英文化與大眾文化的界線逐漸消失了，此時進入了後工業時期，又稱為消費社會、媒介社會、

信息社會、電子社會與高科技社會，此時的消費形式已逐漸朝向流行、設計產品形式，不同於以往的大量生產產品，而藝術生產也被融於普遍的商品之中（楊敏芝，2001）。文化工業在往後的發展，已經進入了多元化的時代，其範疇不但日漸廣闊，並且更普及於日常生活之中。回顧本研究在第一章末，國內外學者對現今所談之「文化產業」的定義，我們可以發現今日所指的文化產業所及範圍更廣，此外，本質也異於「文化工業」（其相異之處在下一段會有詳細的說明），現今所談之「文化產業」從其核心的傳統藝術向外擴張至新型態的影像藝術、表演藝術、電腦與多媒體藝術，甚至是時尚產業、建築產業、觀光業等…都可納入文化產業的範疇之中。在這樣一個文化產業多元的時代，文化產業可以說是徹底的融入了大眾的生活之中。

二、台灣從社造中發展出的文化產業

（一）文化產業的發展背景

民國 50 年代之後，政府爲了振興經濟，積極發展手工業，原本傳統的家庭手工逐漸轉型爲以機械代勞的工廠生產方式，並接受貿易商的委託代工外銷，此階段我國的產業工藝發展以生產外國的生活用品爲主，而逐漸脫離台灣本地的生活型態，也缺乏本土特色；到了 70 年代，產業工藝逐漸攀向高峰，除了各類自動化的機械設備不斷進口之外，工廠人員訓練成熟，產業生產效率達到相當的水準，但此時所生產的產品幾乎是國外委託代工，這樣的產品缺乏自己的設計與形象，加上本土產業不重視研發，以致，到後來東南亞及大陸等擁有大量人工、原料之地區興起之時，台灣的產業不但不外移、產業規模也急遽萎縮（翁徐得，1995）。

除了地方產業的轉變之外，在台灣經濟的快速發展之下，民國 70 年代之後，都市化的現象日益顯著，伴隨而來的即是鄉村人口外流，地方上之農林漁牧等傳統產業也日漸沒落。而政府爲了振興地方，發展地方產業等課題，於是在民國 80 年，台灣省政府請來日本千葉大學的宮崎清教授，傳授以傳統工藝振興社區的方法。而宮崎清教授所帶來「人心之華」理念，使「文化價值」超越「物品價格」，其概念即是台灣「文化產業」發展的起點（于國華，2003）。而在民國 83 年，文建會即提出「社區總體營造」政策，希望整合社區現有的人文、環境、產業等資源，創造出地方的特色風貌。

（二）文化產業的發展過程與操作模式

上述之宮崎清教授所謂的「人心之華」，是他以日本人將英文的「Design」解釋為「意匠」所延伸出的理念，「意匠」可以解釋為「將心中生起的構想，置換成例如像聲音等等的記號、圖面，並以之為根本，在藉著工具，創作生活用具，以滿足人心（宮崎清，1996，頁33）。」日本明治時代某文人曾說：「意匠即為人心之精華（宮崎清，1996，頁33）。」，意指意匠自反映出人們心中所想的，宮崎清即是以上述之原始概念發展出一套社區發展的作法。宮崎清認為，每個地方都有其歷史，傳承了先人們所建立並累積至今的生活文化，而這一過程所塑造出的即是每個地方的「社區格」，其如同「人格」一般不容侵犯。然而在社區長久的發展之中，一定蘊藏了許多本地特有的元素，但往往人們卻因為大時代與價值觀的轉變而忽視了這些在地的特色，宮崎清認為每個地方都可以透過調查來找出自己的特色，也即是社區之精華，其可能是農產品、工藝品或是地方特殊的慶典或儀式，並藉由這些「社區之華」，將居民原本認為自己居住的地方已一無所有的觀念轉換成原來這裡什麼都有，使眾人再度找回地方之價值所在。此外，對於自己社區的發展即利用自己的特色來建設地方，例如販賣具有當地特色的產品或是將地方上特殊的慶典加入觀光活動吸引外地人的參訪，不過這一切的行為必須是以當地居民為主軸的一種「內發性」地方建設，是為了自己擁有美好的生活，而非迎合外地人的需求。上述之地方建設方式主要反映了地方居民心之所向，也回應了本理念的原創—「Design」，「Design」能對地方振興有貢獻，不光是在於它決定物的形狀與色彩，本質上更要靠我們不斷努力，與地方人士共同在發現地方之華，「人心之華」，並且將它琢磨的更美、更有價值才是（宮崎清，1996，頁34）。

隨著民國83年「社區總體營造」政策的推動，文建會在民國84年也舉辦了「文化·產業」研討會暨社區總體營造中日交流展，此研討會內容主要為社區總體營造與文化產業的發展，其討論的議題除了宮崎清教授所帶入的社造理念之外，國內各地的社造活動與文化產業發展之實際操作經驗的探討則為此會的主體，在其中，台灣省手工業研究所所長翁徐得教授所發表的〈地方產業與地域振興〉一文提出了許多通則性的概念，翁徐得教授認為地方的傳統性產業可以說是地域之精華，亦可為地方建設的核心，但台灣地方人士的認知，往往覺得地方是

一無所有而瀕臨崩潰的，這其實與幾十年來鄉土教育的嚴重缺乏有關，若是透過專家的協助與居民自身的投入調查，即能夠重新認識地方的自然與富饒智慧的生活技術，而從其中產生的事物即是地域之精華。此外，該文也提到了藉由社區總體營造促進產業文化化、文化產業化來振興地域的概念。文中指出，大眾生活需求高級化及多元化後，精神生活的滿足更勝於物質生活，在這樣的需求下，產業的文化特性若能建立，則能受到大眾的喜愛，而地方的經濟必能更加活絡，文化也可藉以發揚，此外發展地方產業亦可建立地方精神歸屬感，對於地方教育也有潛移默化的功能。文中也提到，如此將文化與產業結合的概念則須藉著社區總體營造的理念來推動，即是讓地方的居民自己去發掘傳統工藝文化之根、找尋地方之文化，進而使得地方產業能因文化的融入而發展的更具特色，同時文化活動也能帶動地方產業的發展，而活絡地方，進而達到地域振興的目的。而翁徐得認為地域振興的具體目標即包括了：「創造適合地方發展的產業及就業機會以繁榮地方」、「創造年輕人樂於居住之處（也可以說是新娘樂意嫁來的地方）」、「建構快適的生活環境與健康快樂的鄉鎮」、「建設廣為交流與充滿文化氣息的地方」（翁徐得，1995，頁 138）。

針對「產業」與「文化」兩者之間的操作方式，文建會在上述的「文化·產業」研討會中提出了以「文化產業化」及「產業文化化」之「操作型定義」來說明其概念：「文化產業化」意指以文化為核心，經精練與再造之後發展成具有經濟效益的產業，其可為內含社區特色的產品，也可以是行銷社區本身之文化的休閒旅遊產業；「產業文化化」則強調以文化作為傳統產業的包裝，或將傳統產業整合至地方文化之中，使產品除了本身的實用價值之外再添增文化價值（于國華，2003）。本文上段翁徐得教授之文章中亦是以「產業文化化」與「文化產業化」來形容，透過社區總體營造使傳統工藝產業更具文化特色，地方文化活動亦能帶動地方產業的發展之相輔相成的現象。而黃世輝教授在其所著之〈文化產業與居民參與〉一文中，也對「產業文化化」與「文化產業化」作一論述，他認為：

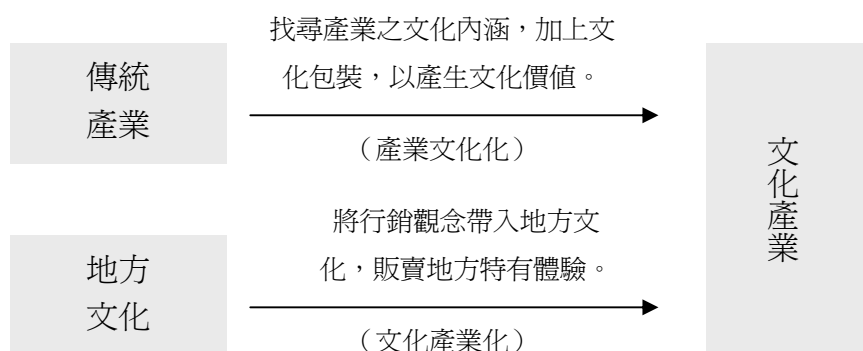
產業文化指的是產業所具有的文化，亦即某產業（包括農林漁業）在多年產品（包括農林漁業產品）生產的歷史過程中，基於對材料選擇與處理的仔細經驗、產品設計製作的創意與品管，而發展出屬於自己特有的文化。而文化產業則是指運用文化特色的產業，亦即將生活文化、生態文化、生產文化等

加以發揮應用而形成的產業（黃世輝，2003）。

文中並表示，當產業發揮其文化內容，並以產業文化為主要的傳達資訊時，該產業即成為文化產業。黃世輝教授以水里蛇窯為例，其除了生產陶瓷，更在製作過程中找出其文化意涵，並融入為參觀者學習體會的對象，使窯廠成為新型的文化產業。

而筆者在閱讀相關文獻之後，對於「文化產業化」及「產業文化化」的操作概念以圖文的方式解釋如下：

圖 2-3 「文化產業化與產業文化化」概念示意圖



資料來源：本研究整理

(三) 文化產業之特色

由以上的段落我們可以得知，民國 80 年代初，政府為了振興地方而推動社區總體營造運動，在其中即推展以產業與文化相輔相成的「產業文化化」與「文化產業化」之操作方式以發展地方產業與保存地方文化，本節所談的「文化產業」即是建構於這樣的操作型態之上。而這樣的文化產業所強調的是其「地緣性」，即以地方發展文化，吸引文化消費者前往，其最具地方特色的產品應該留在本地，而非隨處可以購得，並且最好是少量生產的、手工藝的，最好還要有作者簽名，以突顯其地緣性（陳其南，2001）。而文化產業之具有地方特殊性的性質恰好與法蘭克福學派所批判之「文化工業」全然相反，「文化工業」雖然使得文化普及，但其標準化與大量的生產方式卻壓抑了文化的本質與創造力，「文化產業」與「文化工業」兩者的英文用語雖都稱為「culture industry」，不過就本質而言，

卻是背道而馳的（陳其南，2001）。文化產業的「產業文化化」與「文化產業化」概念，雖然是源自於社區總體營造振興地方的一項操作方式，但這項理念也延伸於文建會許多其他的政策之中，並且環環相扣，例如近年來政府推動的古蹟或歷史建築的保存維護與活化，在其中也皆可看見「產業文化化」與「文化產業化」概念。

三、文化創意產業

（一）文化創意產業的發展背景

在「文化產業」的理念被提出，並且受到廣泛的討論之後，在政府於 2002 年所訂定的「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之中，又提出了「文化創意產業發展計畫」。根據其計畫內容，因為台灣以往以大規模製造為主的生產型態，在鄰國的挑戰下漸失優勢，所以台灣除了朝向高科技發展之外，並須建立更能適應「後福特」時代的生產組織方式，以及深化以知識為基礎的經濟競爭力。而知識經濟附加價值最高的應是以創意設計為核心的生產領域，尤其是源自於藝術創作的設計，但這也是以往較被忽略的一部份。在「文化創意產業發展計畫」之中所指的文化創意產業為「源自創意或文化累積，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業²⁵。」並將創意文化產業將定出十三個類別，分別為：視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業等共十三項產業。該類產業是所有先進國家強力推動的，例如北歐各國及英、日等國，其特質為多樣性、小型化、分散式，但就業人口和產值一直保持成長，並對於環境與生活品質均有益助。

（二）文化創意產業的範疇

「文化創意產業」與之前所談的「文化產業」雖然只差了創意兩字，但其意義卻相差甚多。由於「創意」代表「創意產業」（creative industry），而文化創意

²⁵行政院經濟建設委員會（2002）《挑戰 2008 國家發展重點計畫（2002-2007）》（2005 年 1 月 31 日修正版），行政院經濟建設委員會，頁 2-3。

產業的內涵，除了延續文化產業之外，更添增了「以文化為核心的創意產業」(于國華，2003)。我們可以從文化創意產業的十三個產業類別看出，其不同於之前所提以「人心之華」為出發點，並具有地域性、少量生產等特性之文化產業，反而大多為無地域性，並且大量產出之生活消費產業或流行性產業。這樣的產業類型雖然在台灣的政策中稱為「文化創意產業」，但許多國家或國內外該領域學者還是將上述的產業歸納於廣義的文化產業範疇，或也將其稱之為「文化產業」或「創意產業」。例如本研究第一章第四節名詞定義所提到的經濟學者大衛·索羅比(David Throsby)，他所定義的文化產業範圍就與台灣政府所稱的「文化創意產業」相當接近。此外，聯合國教育科學文化組織(UNESCO)也對文化創意產業作了定義與說明，其定義已列於本研究第一章名詞解釋部份，因在此不再贅述，而此部分所要說明的重點在於聯合國教科文組織將文化創意產業分類為「文化商品」與「文化服務」之介紹。所謂的文化商品指的是：

一般指傳達意見、符號與生活方式的消費物品。他們告知、或娛樂、貢獻以建立集體身分，並影響文化活動。這些個人或集體創意的結果是植基於著作權、透過產業流程與全球分銷，而被重製及促進的文化物品，包括：書本、雜誌、多媒體產品、軟體、唱片、電影、錄影帶、聲光娛樂、工藝與時尚設計，為大眾提供多樣與不同的文化選項²⁶。

而文化服務則是：

傳統上被理解成滿足文化興趣與需求的活動。其本身並不代表或為物質成品，包括：政府、私人及半公共機構或公司提供給社區的有關於文化活動的整套支援性設施與措施，例如：表演與文化節慶的行銷、文化資訊的保存(圖書館、檔案中心、博物館)，文化服務可以是免費的亦或是商業性質收費的²⁷。

²⁶ 《創意文化園區總結報告》，頁 2-2。http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_06_01.htm

²⁷ 同上註

（三）英法兩國對於文化創意產業的定義與論述

在劉大和教授所著的〈文化創意產業之界定的探討〉一文之中寫出了英、法等國對文化創意產業的界定。在法國的部分，法國政府所談的文化產業，其產業概念，為著重其可複製性，所以其文化產業所包含的即是傳統文化事業中具有可大量複製性的產業，例如書籍出版、影像（電影、電視等）及影音（錄音帶、CD等），而其他的文化產業如手工藝、服飾等雖不在上述的界定之中，但並非法國對其不重視，實質上法國的手工藝、服飾等產業在世界上都有優秀的表現。此外，法國也透過文化部與外交部向世界行銷法國文化，其中一項直得注意的做法即是以文化工程來與其他國家合作，以法國在文化管理、行銷、教育等經驗與他國政府合作。在英國的部分，依英國的定義，「創意產業源起於個人的創造力、技能和才華，透過產生與開發為智慧財之後，具有開創出財富、就業的潛力（劉大和，2005，頁35）。」英國所強調的是「個人（individual）的創造力」，個人靈感、理念、技藝即是創造價值的重心，此概念同時也象徵「個人人力資本」凌駕一切的經濟特質以逐漸成形，在這樣的想法之下，英國與台灣政府皆希望透過文化產業的發展，找出適合於更多人就業的產業。在英國創意產業的範圍則包含了，廣告、建築、藝術與古物、電腦遊戲、軟體和多媒體、手工藝、設計、流行服飾、電影、音樂、視覺與表演藝術、出版、廣播和電視、以及內容產業（圖書館、博物館或畫廊等）。上述產業並與古蹟、運動、觀光及旅遊部門緊密配合。

（四）文化創意產業之產業特性

不論是台灣的文化創意產業、法國的文化產業或是英國的創意產業，就以上的論述可以知道，其定義出的產業均不脫離源自於文化的累積與創意的延伸，並且透過複製（電影、書籍或音樂等）或是某種技術的生產與呈現（建築、手工藝等），而獲得大眾的購買與使用。而這樣一個源自於文化與創意的產業有什麼樣的產業特性？在此就以下幾位學者對於文化創業產業的產業特性之論述作一介紹。劉大和教授（2005）對文化創意產業提出了幾項特點，分別為：原始創作的製作成本高；再複製的成本低；截自目前為止，投資風險高，但也可能獲得難以想像的超額利潤；盜版成本相對偏低（甚至比起其他產業的仿冒品）；各國在智慧財產權的保障不夠完備之下，大眾鼓勵更多的優良文化產品和低價享受文化產品之間具有矛盾的情節。倪再沁教授（2005）也對各國所推動發展的文化創意產

業作了以下的注解，其產業之共同的特徵即是以「創意」為產品之主要內容，並利用「文化」符號賦予產品價值，以如此的產業內涵可以看出各國期待透過商業、科技與藝術文化多方的連結，創造出新的市場價值，達到經濟的成長與生活品質的提昇之目的。另外，在文建會文化創意產業發展計畫中的《創意文化園區總結報告》其內容也說明了文化創意產業的產業特性，其分別為：強調個體創意、技巧與才能之無形資產；奠基於地方的脈絡，包括風俗、傳統、價值、願望…，而形塑之地方特殊性與獨創性；具不可預測性與風險；獨立創作與經營者眾，強調單點聯合戰線的的同業網路²⁸。

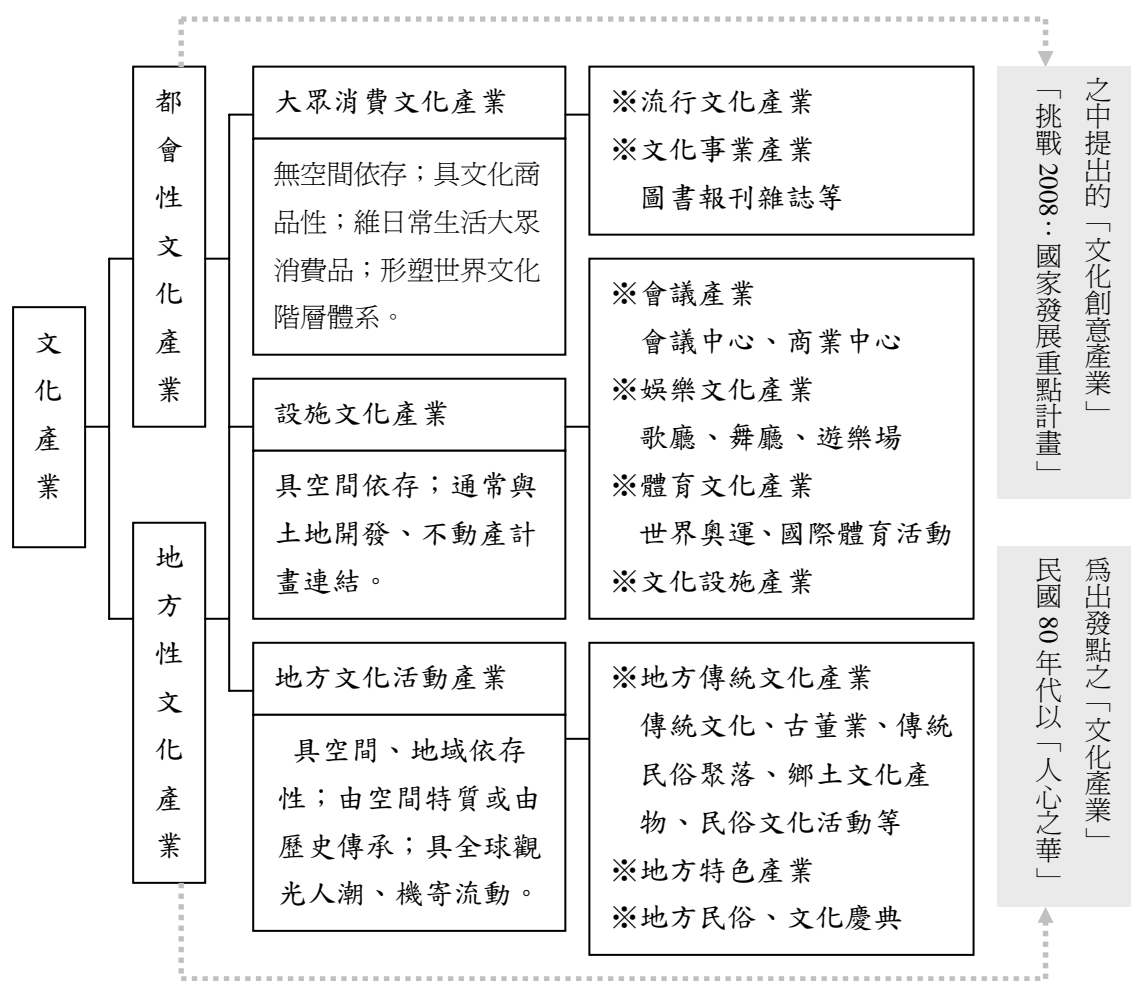
（五）台灣所推廣之「文化產業」與「文化創意產業」之分界

在本節的第二段裡介紹了台灣在民國 80 年代自社區總體營造運動中以「文化產業化與產業文化化」之操作方式發展出的「文化產業」；在本段前部也說明了台灣政府在 2002 年所提出的「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之中所推展的「文化創意產業」。而我國在這兩階段所推動的文化產業從本研究對其之介紹可以看出兩者有所不同，但無建構出兩者具體的分界，所以本段落將對於我國這兩階段所推動的文化產業的不同之處作一具體的說明。在此本研究引用楊敏芝教授在其博士論文〈地方文化產業與活化互動模式之研究－以埔里酒廠為例〉之中所列出的文化產業整體架構與界分圖來作為我國兩階段之文化產業的分類依據。

楊敏芝教授的分類架構是將文化產業分為「都會性文化產業」與「地方性文化產業」，前者的產業特色是在於無空間依存性，多為大眾消費商品，產業項目為流行文化產業、文化事業產業等；而後者則是具有空間、地域依存性，並具歷史傳承等產業特色，其產業項目為傳統民俗聚落、鄉土文化產物、民俗文化活動等。我們由此分類架構即可以看出「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之中所推展的「文化創意產業」其特性及項目皆是符合於「都會性文化產業」的範疇；而民國 80 年代自社區總體營造運動中發展出的「文化產業」則是同於「地方性文化產業」之產業內涵。其詳細分類圖表如下：

²⁸ 《創意文化園區總結報告》，頁 2-9。http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_06_01.htm

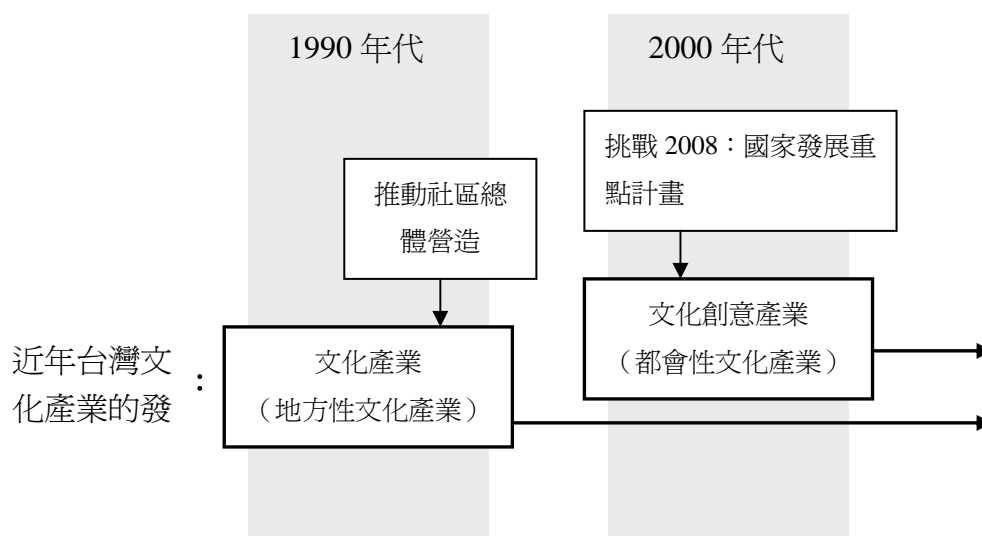
圖 2-4 文化產業整體架構與界分圖



資料來源：□ 部分節錄於楊敏芝，〈地方文化產業與活化互動模式之研究—以埔里酒廠為例〉，（台北：國立台北大學都市計畫研究所，2002），頁 66。

■ 部分為本研究整理。

圖 2-5 文化產業與文化創意產業在台灣的發展示意圖



資料來源：本研究整理

四、文化產品的解構

在我們了解了文化產業的發展、產業特性與種類分界之後，本段所要說明的是文化產業所生產內容為何？即文化產品含有什麼特殊的要素。

(一) 文化產品的內涵

劉大和教授(2005)提出了三項文化產業的關鍵要素，其分別為「美感」、「價值」及「故事」。1.美感：形式與外顯的美感是必要的，整體而言，學校與社會的美感教育，不僅是由個體內在開始培養，同時透過公共機制使得外在環境更藝術化、美感化，其過程是從外在到內心的；2.價值：價值往往是產品說服消費者認同的一個基礎，價值建構在平時的人文素養、討論與構成。文化產業中的價值往往是隱含的，必須透過外顯的形式來表達，否則純價值的論述通常引起的迴響有限，例如許多人喜歡透過「娛樂或感性」來了解價值，而非純然的「說教」；3.故事：故事則可能在表現之中扮演主要的功能，而故事的內容往往也包含了要表現的價值，例如一件藝術品失去了其內含的價值理念與故事，那其價值就只剩

「純造型藝術」。

此外，劉大和教授強調，我們必須正視「故事」對於發展台灣文化產業中所扮演的關鍵角色，他建議先集中挖掘過去的歷史，如同由真實故事改編的電影，更能引發觀眾的共鳴，但故事並非只是單純的尋找過去的故事，而是一種「發現過去」，甚至是「再發現過去」，其指的是並非過去的事物就是那些了，其實透過不同的觀點、理論，我們可以看到一個不同內涵的過去，並找出過往的精采；除了發現過去，「發現我們的故鄉與週遭」同樣也可以找到許多動人的詩篇。這樣的論點就如同之前宮崎清教授所說的「將認為自己居住的地方已一無所有的觀念轉換成原來這裡什麼都有」。其次，文中提出另一項需要探討的課題即是「時代人文脈絡」，每個時代都有其「社會人文脈絡」，因此，怎樣的故事較為人所接受，就會與特定時代背景有關，總而言之，故事包含了關心的主題、呈現的價值、鋪陳的節奏與方法，其皆會因時代不同而產生特殊性。所以，傳統故事的再現，在某程度上皆為一種新的「詮釋」與「創新」，而這樣對於歷史文化的重新整理則必須奠基於當代的人文精神之上。

另外，在馮久玲女士所著的《文化是好生意》裡，〈故事是神、設計是體〉一文當中也提出了關於文化產業內涵的論述。文中指出，純物質的文明已發展到極限，世人正要通過市場經濟與消費來滿足精神上的追求，該文引用丹麥未來學家羅夫錢森 (Rolf Jensen) 的論述來形容人類追求之目標的轉變。羅夫錢森認為：我們可以這樣說，1999 年是個臨界點，是歐洲和美國開始明顯發現資訊時代不會延續下去的時點。換句話說，人類即將進入新紀元——一個以故事為主導的年代。我們將從重視資訊過度到追求想像²⁹！羅夫並舉了雞蛋的例子，丹麥的超市販賣天然放養與養雞場所生產的兩種雞蛋，這兩種蛋生產過程不同，但商品的本質相同，經過實驗並找不出兩者相異之處，然而天然放養生產的蛋價格是養雞場生產的兩倍，在 1990 年只有少數人選購天然雞蛋，但到了 1999 年超市已有一半的蛋來自天然放養的農場，然而顧客付出代價所購買的除了雞蛋之外，還得到了天然、鄉村情懷與動物福利的浪漫。馮久玲在文中也提出了幾個例子，美國的哈雷機車 (Harley-Davidson) 除了是交通工具外，其也訴說了該廠牌的造車傳統或

²⁹ 馮久玲 (2002) 《文化是好生意》，台北：臉譜出版，頁 63。

車主本身的品味；Swatch 手錶，其不僅是手錶，還可成爲收藏品與藝術品。今日的世界，中產階級逐漸富裕，對於生活已不只單方面的追求物質上的需求，更是尋求精神上的滿足，我們購買商品的同時，除了對於商品功能上的需求之外，商品還具有訴說自身故事、傳達買主的風格與品味等無形的價值。因此，羅夫錢森對人們消費態度的轉變下了以下註解，他說：「當我們購物時，事實上我們在產品內尋找故事、友情、關懷、生活方式和品行。我們是在購買感情³⁰。」

除了商品的故事性是說服消費者購買的因素之外，誠如文章主題〈故事是神、設計是體〉所言，另一個使商品吸引人的要素就是好的設計，關於設計這個要素，馮久玲的這篇文章有著以下的論述。文中指出，現今的消費環境已不同於以往設計產品只屬於少數的精英份子所有的年代，今日所生產的商品在激烈的競爭之下，除了變的更時髦、價格更普及之外，還要符合消費者的需求，甚至包含了獨特的風格與品味，使得新興的中產階級可以欣然接受或夢想擁有。文中也引用著名設計師 Karim Rashid 所言來描述今日設計產品的普及現象，Karim Rashid 說到：「設計已經開始民主化。我們所處的周圍景觀已經改進，人們更像批評家，不只是觀眾而已³¹。」所以隨著設計產品的普及與消費者對於產品設計的要求逐漸提高，以致於全球的各行各業都朝向這股趨勢發展，即如同美國工業設計師協會主席 Mark Dziersk 所說：「一旦所有工業處於價錢和功能相等的競爭水平上，設計將是勝敗的關鍵³²。」因此，有越來越多的設計大師與企業家聯手爲人們打造生活中美好的東西。

（二）文化價值

綜合以上的論述，我們可以發現到文化產業所產出之商品除了提供消費者有形的產品功能之外，最大的特色在於其具有許多無形的價值，即上述之產品內含的故事性、產品設計等要素，這些要素或許對消費者在產品的功能使用上沒有直接的關聯，但誠如羅夫錢森所言，我們在產品內尋找故事、友情、關懷…，其實我們是在購買感情。這些無形的要素滿足了人們在物質之外對於精神或情感上的需求。

³⁰馮久玲（2002）《文化是好生意》，台北：臉譜出版，頁 63。

³¹馮久玲（2002）《文化是好生意》，台北：臉譜出版，頁 69。

³²馮久玲（2002）《文化是好生意》，台北：臉譜出版，頁 69。

總括而論，上述這些無形的要素所賦予在商品上的價值即是其無形的文化價值，這是一種將文化融入商品，而使商品產生文化加值的概念。「產業文化化與文化產業化」的文化產業發展模式即是運用這種文化與產業結合的概念，將文化價值加值於傳統產業之中，或是將文化活動發展為文化產業，以提升整體產業的價值。而所謂的「文化價值」，其有何特徵？我們要如何確立文化價值的觀念？經濟學者大衛·索羅比（David Throsby）在他所著的《文化經濟學》一書中提出一套文化價值的論述。文中指出，文化價值在傳統的觀念中是絕對的，一件藝術品的真正價值在於其具有美學、藝術或文化價值的內在特質，這是源遠流長的傳統，博物館即是收藏這些「高級」或「菁英」文化價值的寶庫。然而，在過去的二三十年的後現代時期，源自社會學、語言學、精神分析學等新方法論的出現，已對文化價值的一致性與規律性造成挑戰，這些新的論述將價值的概念加以改造，使其變成變動與異質的解釋，於是相對主義取代了絕對主義。但相對的價值觀點對於如何理解價值與評估價值無法給予人們一個滿意的答案，而如此的不確定性，也是今日文化理論的「價值危機」。

而大衛·索羅比將文化價值的概念拆解成六個主要的主要特徵，利用這套特徵分類可利於我們來確認文化價值的所在。其特徵如下：

1. 美學價值（aesthetic value）：在不進一步解構美學的情況之下，至少可將作品的美、和諧、形象與其他美學特徵，視為該作品公認的文化價值。此作品也可能受到流行、時尚的影響，而產生額外的成分。
2. 精神價值（spiritual value）：其可用宗教脈絡來解釋，如對一宗教信仰、種族或其他群體而言，此作品具有獨特的文化意義；以世俗的角度而言，此指的是作品內在特質為全人類所共享。精神價值所傳達的效果包括理解、啟蒙與洞察力。
3. 社會價值（social value）：此作品傳達了一種與他人聯繫的感覺，並有助於我們了解社會的本質，也有助於認同感。
4. 歷史價值（historical value）：藝術品之價值最重要的一個成分是他的歷史關聯——該作品如何反應創作當時的生活條件？如何承先啓後？
5. 象徵價值（symbolic value）：藝術品與其他文化物品就如同意義的容器及傳遞者。如果一個人欣賞藝術品時吸取了它的意義，該作品的象徵價值就包含了作

品傳達的意義之本質與傳達給消費者的作品本質。

6.真實價值 (authenticity value)：其指的是作品所表現之真正的、原創的及獨一無二的。毫無疑問，以作品本身來言，其真實性與完全性具有可驗證之價值，附加於上述其他價值根源上。

了解文化產品在其本質上需具備無形之文化價值的特性之後，面對在台灣正處於發展階段的文化產業，我們要如何發現或創造出屬於我們的文化價值，這即是一個當前重要的課題。在上述劉大和教授的文章當中對於找尋故事的看法，他除了提到可以透過不同的觀點、理論，讓我們看到一個不同內涵的過去之外，文中也指出：我們經常「碰到」寶貴的財產，但卻不知道他的寶貴。想要恢復我們觀看自己歷史的「眼睛」，唯有充實自己的人文素養，唯有謙卑的重新閱讀過去與現在。找尋那些動人的文化。的確，文化價值的尋找應該從文化的本質，即人類的生活之中去探索，不論是過去或是現在，但我們常常在不經意之中忽略了生活中的許多精采，往往也會因先前既有的觀念而阻礙了對於許多事物的感知與體驗。筆者認為，我們就算無法每天體驗新鮮的環境，那倒不如用新鮮的態度來看待相遇無數的人事物。除了懂的感受過去的歷史與現今的生活，更要以謙卑的態度來欣賞這個多元的世界，體驗並吸取各種不同文化的精神。並將這些不同的感知與吸收的新知轉化成故事的藍本及設計的創意與靈感，並運用於產業之中。也唯有經由這些基礎要素的堆疊與建構，才能發現或創造出具有自我特色的文化價值。

五、創意文化園區

(一) 創意文化園區的發展與內涵

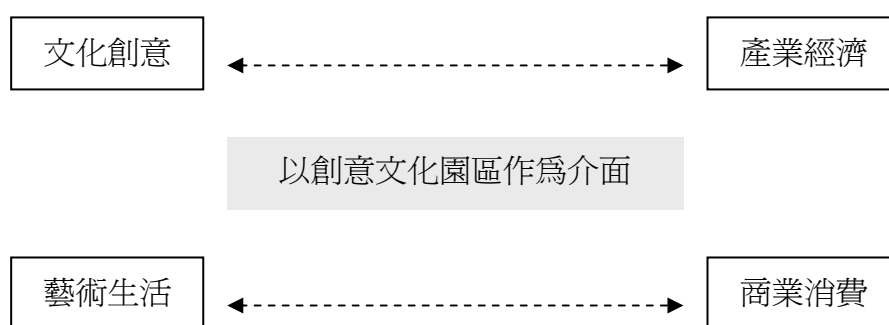
20 世紀末期，歐洲的許多城市爲了因應全球化的競爭壓力，紛紛開始發展新興產業。而在許多產業轉型與都市空間的改變之後，許多地區皆產生了所謂的衰敗地區或閒置空間，即遺留在城市裡的舊城區域或都市空殼，所以如何將新生命注入這些地區便是一項重要的課題。在發展新興產業與舊城更新的大環境之下，逐漸有許多上述的衰敗空間轉型爲文化生產者的工作、展示及表演的文化創意空間，這樣的空間除了提供文化產業的發展場所之外，也可藉由產業服務制

度、文化產業的培育中心等基本設施的建立，促使文化產業之群聚發展，進而構成資訊、知識分享及刺激創意的平台，所以在 80 年代，文化產業與都市更新的連結發展方式即是「文化區（cultural quarters）」的設置，這樣的區域規劃即同於文化產業區（cultural industrial quarter, CIQ）或文化創意園區（cultural creative park）的概念³³。

在台灣，政府的「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中的文化創意產業發展計畫，其中一項重點即是規劃設置創意文化園區，我國的創意文化園區同樣也是建構於閒置空間再利用的操作方式上，並期望達到都市更新與發展文化創意產業之雙重目標。根據其計畫內容，創意文化園區的設立，可作為文化創意產業發展之基地與資訊交流平台，並以台北舊酒廠、台中舊酒廠、嘉義舊酒廠、花蓮舊酒廠、台南北門倉庫群作為五大創意文化園區的基地。

在文建會文化創意產業發展計畫中的《創意文化園區總結報告》其內容也說明了創意文化園區所扮演之媒合角色。創意文化園區作為「文化創意」與「產業經濟」的媒介，由創意來為產業增值，並透過經濟來回饋文化；創意文化園區亦為「生活藝術」與「商業消費」的媒介，由藝術來為商業提升，並透過消費來改善生活。

圖 2-6 創意文化園區之媒介功能示意圖



資料來源：《創意文化園區總結報告》，頁 4-1。

³³ 古宜靈（2004）〈如何啟動一個成功的創意文化園區〉，收錄於朱庭逸主編《創意空間》，台北：典藏藝術家庭。

除了上述國內相關單位對於創意文化園區的說明之外，國內外學者對於該議題也有各自的論述。在劉維公教授所著的〈為什麼我們需要創意文化園區〉(2003)一文中即提到了外國學者 Hilary Anne Frost-Kumpf 與 Derek Wynne 的看法。Hilary Anne Frost-Kumpf 以「文化特區」(Cultural Districts)一詞來描述文化產業的聚落化現象，Frost-Kumpf 所謂的「文化特區」是指：一都市中具備完善組織、明確標示、供綜合使用的地區，而文化設施高度集中在此一地區，創造出吸引力。而另一位學者 Wynne，他對文化園區的定義則為：

文化園區 (cultural quarters) 指的是特定的地理區位，其特色是將一城市的文化與娛樂設施以最集中的方式集中在此一地理區位內。文化園區是文化生產與消費的結合、是多項使用功能 (工作、休閒、居住) 的結合。由於群聚之後達到「關鍵眾數」(critical mass)，文化園區往往成為居民與遊客聚集，從事城市文化與娛樂夜生活的好地點。

(二) 創意文化園區的功能

在文建會的《創意文化園區總結報告》當中，將文化創意園區的型態依功能的不同而分為三類，其各類型園區之介紹如下：

1. 創作型創意文化園區

創作型創意文化園區是以專業、業餘之各領域的「創作者」為服務對象，為孕育策略性輔導之藝術創作、國際交流、觀摩之場域。其園區之主要任務定位為：自主性藝文社群與支援團體之培力機制；國際創意文化交流平台；創意文化知識傳習場所 (專業學習)。園區的服務主要是以創作者為導向，藉由生產及其支援環境的設置，來提升藝術工作者之創作能量。

2. 消費型創意文化園區

消費型創意文化園區是以「文化消費者」、「到訪觀眾」為主要服務對象，其不僅為創作者與消費者、觀眾交流的平台，亦是文化創意產業行銷通路的旗鑑點，並營造生活美學的社會氛圍，促進文化消費的習慣。所以該類園區在選址上需考量交通可及性、開放性等區位條件。

此類型創意文化園區即是透過消費性空間之創造、生活方式的呈現與國民終身學習之推動，去理解建築、時尚、藝術、餐飲小吃…等優質的文化創意產品，培養文化創意產業的消費者，以文化消費市場的創造與刺激來帶動產業水準的提

升。在此類園區中，創作生產空間為輔助功能，主要功能在於建構一種「普及性」的創意知識及產品通路。該園區對內而言，是一般市民的文化消費環境；對外則是國際性的文化消費據點。其園區的主要任務定位為：國家創意文化展示櫥窗；地域文化產業推廣中心；國民生活美學能力之拓展（普及教育）。

3. 複合型創意文化園區

複合型創意文化園區即是結合創作與消費兩類型園區之功能，但兩者比重需進一步考量園區所在地之特性、園區在文化創意產業發展歷程中之階段性任務與扮演的角色而定。

除了以上論述外，在劉大和教授所著的〈建構文化創意園區之探討〉（2005）一文當中提出了三項文化創意園區的必須符合的需求，其說明如下。

1. 「經濟系統」：從設計、生產、市場化到消費的整體環節能夠相互串聯。政府必須用相同於以往發展石化產業的架構與經驗來推動文化產業，在資金支援，市場進入，推動技術與企業，人力培訓等各個環節促進其連結，而文化創意園區必須在軟體上設計這樣的機制或組織，以促進不同資源的結合。
2. 「國家創新系統」：國家創新系統之意義在於結合國家各種領域上的創新能力。文化創意園區特別要注重除了園區本身的創新動力之外，更要思考如何將園區的創意與整個國家的創新相關組織連結，例如與企業、大學或研究所等機構的連結，甚至與國外相關組織的合作或交流。而園區相對應的設計即是建構一個促進各組織連結的軟體與單位，硬體則是相應的促進空間與設備。
3. 「園區內的互動成長系統」：「園區」，顧名思義在於提供群聚效果。園區提供相同領域或相異領域的專業人才正式與非正式的互動或交流之空間，藉此激發出更多的想法與技術，因為許多的 tacit knowledge 是必須透過面對面的溝通才能真正的互相傳達，同時也藉由深入的互動以激發靈感。所以在園區的設計上也必須具有促進人員相互交流的機制。

在上述的「園區內的互動成長系統」之中提到了園區具有的「群聚效果」，美國的文化經濟學家艾倫·史考特（Allen J. Scott）對文化產業的群聚現象也提出了他的觀點。當代文化產業在空間上出現的群聚現象，史考特稱之為「團塊化」。史考特指出，產業團塊化有三大好處：第一是降低產業交易的成本；第二

是加快資本與資訊在產業體系流通的速率；第三是強化商務往來的社會連結關係³⁴。然而其所指的文化產業團塊化的意義並非單純指產業大量或標準化的生產模式，產業團塊化的真正精神是指：團塊化建構出互動密切的且異質性高的產業連結網路，持續激發產業的創意力與創新力，維持該地區產業在今日全球經濟的優勢地位³⁵。

古宜靈教授（2004）也列出了四項城市中之創意文化空間必須達到的目的：

地方經濟的再生	1. 資訊娛樂通訊商業活動的成長。2. 市場中小型廠商的合作發展。3. 刺激內部的投資。4. 國家與國際成長部門的連結與引入。
各種訓練、商業諮詢、支援、網路單位以及關聯產業的發展機會	1. 社會再生並使經濟表現更具體多樣化。 2. 促成新的科技與發展的可能。 3. 跨部門間的合作與整合。
市中心區的再生	1. 使文化更具多樣性與充滿活力。2. 吸引企業與觀光客的進入。 3. 提高城市形象與發展契機。4. 提高大眾運輸工具的連結以達到更高的可及性。
閒置土地與建物的再利用	1. 可供使用的實質環境之再生。2. 促使都市環境的多元使用。 3. 新型態的休閒活動與文化內容的產生。4. 生產性社區和動態空間的出現。

資料來源：古宜靈，〈如何啟動一個成功的創意文化園區〉，收入於朱庭逸主編《創意空間》（台北：典藏藝術家庭，2004），頁 113。

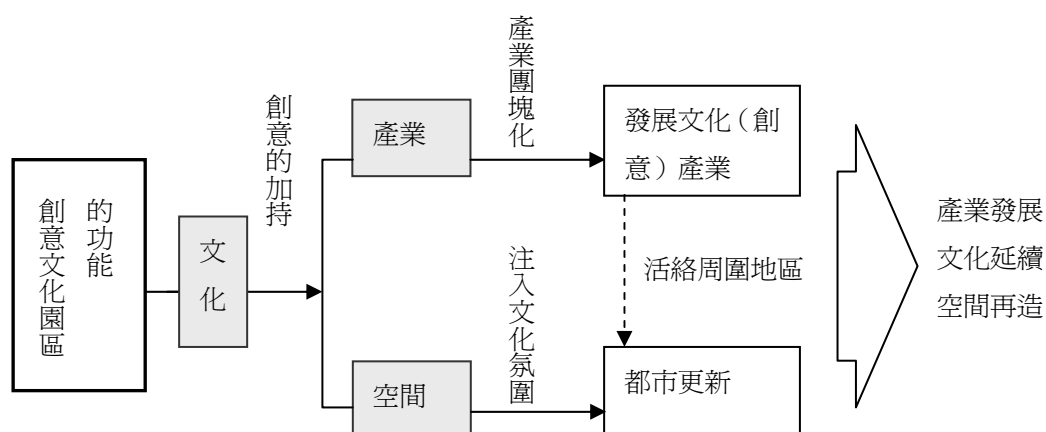
由上表可以看出其前兩項與劉大和教授的論述相似，主軸皆是說明如何有利整合與連結文化創意產業發展過程中的各個單位。而後兩項「市中心區的再生」與「閒置土地與建物的再利用」則是提出了創意文化園區除了對於文化創意產業本身發展外的另一項影響，即是「都市再造」的功能。其實，美國與西歐大約自 1980 年代以來，文化政策已逐漸成為都市再造的核心策略，文化在都市規劃之中也擴展為經濟的範疇（劉維公，2003）。國外學者 Derek Wynne 同樣也提出了三項文化產業園區對於都市改造的任務。Wynne 指出，文化產業園區與城市的連結，是因其具備三項都市改造任務：1. 對老舊凋零的都市地區進行改造。2. 對逐漸衰退

³⁴ 劉維公（2003）〈為什麼我們需要創意文化園區？〉《典藏今藝術雜誌》，（2003 年 6 月）。

³⁵ 同上註

的「工業」都市進行改造。3. 對都市意象的改造³⁶。上述之創意文化園區對於都市的再造功能，即對應於我國五大創意文化園區基地選擇上選擇於城市中的工業遺址之空間再造的策略。

圖 2-7 創意文化園區功能分界圖



資料來源：本研究整理

綜上觀之，我們可以知道創意文化園區的設立，除了對於文化創意產業本身的發展與運作具有統合各項資源與互相激發創意之群聚優勢之外；對於園區所在之區域的發展亦有正面的影響，整體而言，即是文化、產業與空間三個面向的相互影響（詳見圖 2-7）。但文化創意產業與創意文化園區在台灣的發展尚處於初創階段，並且在現階段之籌備與推廣的過程必定會遇到許多的難題，所以政府相關部門與民間或是第三部門皆需相互溝通與充分合作，使其創意文化園區的規劃能夠順利執行，並達到其有利於文化創意產業發展與都市再造的雙贏局面。

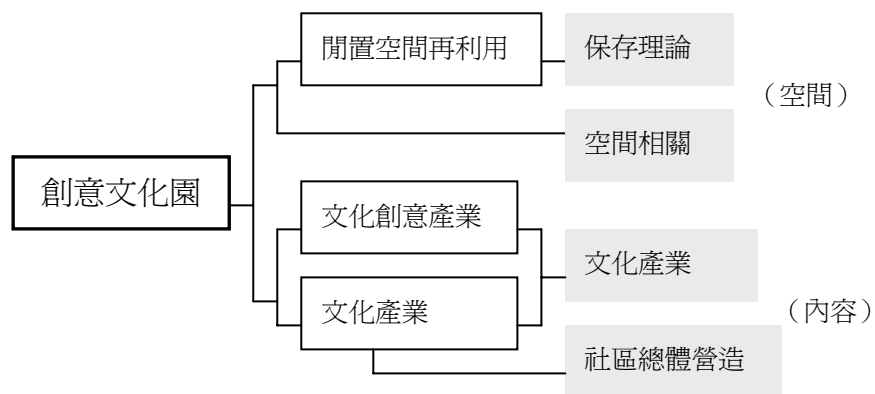
第三節 相關文獻回顧

由於本研究之研究對象為「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之中所規劃設

³⁶劉維公（2003）〈為什麼我們需要創意文化園區？〉《典藏今藝術雜誌》，（2003 年 6 月）。

置五大創意文化園區之一的「花蓮創意文化園區」。整體而言，本研究將創意文化園區拆解為兩個部分來探討，一為「空間」，二為「內容」。在空間部分，即創意文化園區部分，因花蓮創意文化園區是以閒置十多年的花蓮舊酒廠所重新規劃而成，所以閒置空間再利用為本研究所探討的項目之一，而這個部分則必須從保存理論開始建構，再進而探討花蓮創意文化園區。而在內容的部分，即文化創意產業，探討這個主題，首先即是要對文化創意產業在台灣的發展過程與現況有所了解，在這個部分，本研究主要是由民國 83 年政府推動社區總體營造從中發展的文化產業開始談起，再延伸至今日所談的文化創意產業，所以廣義的文化產業與其中所相關之社造發展過程皆是本研究所探討的範圍。基於上述之架構，所以本研究將文獻探討的範圍分類為「保存理論」、「空間相關」、「文化產業」與「社區總體營造」四個主要部分。

圖 2-8 相關文獻分類架構圖



一、專書與論文集

(一) 保存理論

傅朝卿 翻譯導讀，《國際歷史保存及古蹟維護－憲章、宣言、決議文、建議文》，2002。

這本由傅朝卿教授所翻譯與導讀的文獻集，其收錄了《雅典憲章》等…二十世紀國際上重要的保存文獻，這些保存文獻皆是由國際保存組織與該領域專業人士所制定，透過對各年代所通過的保存條文之認識，可以了解國際上對於保存這個議題的核心原則與所保存的價值為何，同時也能由各文獻之異同處，看出整個保存理論之發展歷程與變遷。面對本研究之研究對象，花蓮舊酒廠之歷史建築再利用，了解保存理論在過去的發展與現今之國際共識，使整體研究能夠建立在客觀與正確的觀念之上。

《2001 推動閒置空間再利用國際研討會會議實錄》，2001。

這本會議實錄收集了國內外的學者對閒置空間再利用這個議題的論述，以及實際案例的介紹。對於閒置空間再利用的意涵與實際操作上的原則及規範，在這本會議實錄之中可以看到許多專家從不同的角度與層面來切入探討；在實際案例的介紹之中，也可以看到國內外目前推動閒置空間再利用之方向與要點。

(二) 空間相關

Roger Trancik 著，謝慶達譯，《找尋失落的空間－都市設計理論》，1996。

在都市發展過程之中，往往會產生一些無法提供居民正面價值的失落空間，而這樣的空間是如何產生？又該如何重新規劃才能使其產生新的價值？這本書主要是對於這個問題作討論，除了相關理論的介紹、實際案例的分析之外，筆者認為該書最值得一看的部分在於，它對整個二十世紀的空間發展脈絡也作了一個完整的介紹，從三零年代至六零年代現代主義設計的大行其道到六零年代之後，空間設計手法轉變為對於地域性之歷史與環境涵構的重視，這一個轉變的歷程在該書之中有詳細的介紹，其部分的介紹對於空間發展上的認知頗有鑑往知來之效用。

Christian Norberly-Schulz 著，施植明譯，《場所精神：邁向建築現象學》，1995。

場所精神這本書主要在探討場所與人的關係。不論是自然場所或是人爲場所，場所之中有何元素是可以影響到在場所之中的人？而產生的影響爲何、人的感知爲何？以上的問題皆是本書所探討的範圍。本書首先對場所的結構與何謂場所精神作說明，再利用許多地區作案例，分析其地區的特色所在，以作爲對理論介紹之印證。而作者也對於現今場所的淪喪作了批判；也對於場所精神之保存意涵作了詳細的論述，此部分筆者認爲爲此書的精華所在。如果說 Roger Trancik 著的《找尋失落的空間－都市設計理論》是利用看的見的建築實體來對空間議題作論述；而 Christian Norberly-Schulz 的《場所精神：邁向建築現象學》則是用看不見的精神層面來談人對於場所之需求。

林崇傑 陳宇進 陳惠婷 盧維屏著，《市民的城市》，1996。

《市民的城市》這本書是由四位空間專業者所著的文章集結而成，該書的架構主要分爲「都市計畫」、「都市發展」、「都市保育」與「社區參與」四個部分來探討如何建構一個屬於市民的城市，使大眾擁有選擇自己想要之環境的權利。而其中的文章皆爲作者本身對於台灣都市空間的想法或是在各個地區對於空間規劃實際的工作經驗的紀錄，而以上所討論的場域主要多是針對台灣各地社區的探討，而這樣對於台灣各地小區域的探討，不僅讓我們在閱讀的同時有更深刻的體認，也更能融入作者所述的場景，並最終讓我們具體的了解各地環境的問題所在與改善方法。

朱庭逸主編，《創意空間－開創城市新地理學》，2004。

這本《創意空間－開創城市新地理學》主要探討的主題是文化與空間的結合。這本書是由許多學者專家的文章所集結而成，而文章所探討的主題－創意空間，即是指型塑創意城市、文化空間的經營、創意文化園區的設立等利用創意創造創意的思維導向來對空間作規劃的方式。此外，有多篇文章也涵蓋了老建築再利用、新興商業空間的設計等空間的相關議題。對本研究而言，這本書對創意文化園區所談及的部分，提供了許多創意文化園區本身的內涵、設立的功能與對環境的影響等資訊；而其他對文化與空間等相關議題的論述，也皆提出了許多重要的概念與觀點。

（三）文化產業

《2002 年文建會文化論壇系列實錄：文化創意產業及地方文化館》，2003。

這本論文集的內容主要分為「文化產業」、「文化創意產業」與「地方文化館」三個主題，這三個主題都是文建會目前正大力推展的，在文化產業與地方文化館的部分，主要是介紹發展文化產業與設立地方文化館這兩種與社造相關的地方再造方式在現今的台灣與國外各地的實際推廣情形；而文化創意產業的部分則納入了許多學者所提出對於文化創意產業各個相關主題的論述，例如美感教育、網路應用與智慧財產權等議題，此外，也談到了幾個國際的知名企業成功推展其產品文化的案例。透過以上各家論述，可以了解各地的文化產業及其相關政策的推廣情形，也可進一步認識現今各界所熱烈探討的文化創意產業的特色為何。

馮久玲著，《文化是好生意》，2002。

隨著全世界中產階級的興起，大家在追求物質生活上達到某一境界之後，開始尋求精神上的滿足，所以各產業在產品的提供上也就有所轉變，以往注重的主要為產品的實用功能，如今企業界開始發展從文化之中尋求產品功能之外的價值，或者從各種的文化資產中發展出其經濟價值。而《文化是好生意》這本書除了對上述大環境的轉變作一論述之外，還介紹了世界上許多著名的企業如何成功的將各種文化與產業結合的案例。透過該本書案例的介紹加上作者本身的觀點，我們可以從中了解產業文化與文化產業真正的精神所在。

大衛索羅斯比（David Throsby）著，張維倫、潘曉瑜、蔡宜真、鄒利安譯，《文化經濟學》，2003。

在大衛索羅斯比的這本《文化經濟學》之中，所探討的是「文化」與「經濟」這兩個領域整合之後所產出之價值，在其分析架構上將價值分為「文化價值」與「經濟價值」兩種價值形式來討論，而該本書即是以文化與經濟二者的結合作為其研究基礎，進而探討文化資本、永續性發展、文化遺產、創意經濟與文化產業等現今最受關切的議題，並作出綜合性的論述。

劉大和著，《文化與文化創意產業》，2003。

這本書是由劉大和教授所著的多篇文章所集結而成，其中的文章皆是針對文化產業本身及其相關議題的論述，其中主要包含了對文化創意產業本質、基礎理論、政策及實行上的探討，其討論範圍除了文化產業之外，也對其相關議題有所論述，例如文化創意園區、文化資產的保存與再利用、文化觀光等。藉由這本書，我們可以了解到文化產業架構之下的許多細分議題，以及文化產業與其他相關議題之關聯。

（四）社區營造

《「文化·產業」研討會暨社區總體營造中日交流展論文集》，1995。

「文化·產業」研討會暨社區總體營造中日交流展舉辦的當時，正是台灣發展社區總體營造的初期，當時政府請到了日本千葉大學的宮崎清教授來台，宮崎清教授所帶來的是以「人心之華」為出發點的社造觀念，而台灣在接受這樣的觀念後，並在台灣各地開始推行，許多的社區開始找尋當地產業的產業文化或者是其地方特色等在地元素，透過地方上文化與產業的結合發展在地性的文化產業來發展地方，達到地域振興的目的。而這本論文集即是結合許多該方面專家學的文章與台灣各地地方再造的案例，透過閱讀這本論文集我們可以了解到台灣在民國 80 年代由社造運動中發展文化產業的實際過程與操作方法。

翁徐得、宮崎清編著，《人心之華》，1996。

這本書是在民國 85 年所出版，當時正是台灣發展社區總體營造的初期，為了推展台灣本地的社造運動，政府請到了日本千葉大學的宮崎清教授來台，分享日本在社造方面的經驗。當時，宮崎清教授帶來了「人心之華」的社造觀點，其概念的主軸在於透過發現社區之精華，而以這些精華來發展地方、建設地方，而《人心之華》這本書即是介紹了一系列宮崎清教授所帶來的日本在社造上的操作方式與日本各地的社造實際案例，而我們也可以透過這本書了解民國 80 年代台灣發展社區總體營造之初的基本原理。

二、相關研究

隨著政府對於文化產業、閒置空間再利用等政策的推動與民間各界對這些議題熱烈的討論，除了上述文化產業、社區總體營造、保存理論與空間相關這些領域的專書相繼出版之外，學術單位對於這方面的議題也提出相當多的研究，在此即將近幾年以文化產業與空間再造議題為主、並與本研究較具相關性的論文列出，茲將前人對於其他案例之研究，作為本論文操作之參考。

表 2-1 相關研究彙整表

	姓名	學校系所	
文化產業	楊敏芝	國立台北大學都市計劃研究所／2004／博論	《地方文化產業與活化互動模式之研究－以埔里酒廠為例》
	郭品好	朝陽科技大學建築及都市設計研究所／2004／碩論	《地方文化產業行銷機制之研究－以消費者心理向度探討》
	郭曜棻	國立臺灣師範大學社會教育學系碩士班／2003／碩論	《全球化下地方文化產業壟斷邏輯之實踐:以九份為例》
	連瓊芬	國立台灣師範大學設計研究所／2004／碩論	《文化創意產業品牌形象之視覺設計與應用研究以苗栗窯業為例》
空間相關	劉雯婷	東吳大學社會學研究所／2004／碩論	《「華山藝文特區」之藝文生態及社會關係探討》
	陳欽河	中原大學室內設計研究所／2002／碩論	《華山藝文特區活動型塑場所精神關係之探討》
	許琇瑩	國立花蓮教育大學鄉土文化研究所／2005／碩論	《地方文化館生成過程之研究－以花蓮「郭子究音樂文化館為例」》
	陳玉玲	國立花蓮教育大學視覺藝術教育研究所／2004／碩論	《松園閒置空間再利用－藝術創作者展現場所精神與社會實踐研究》

	郭俊良	國立成功大學建築研究所 ／2004／碩論	《台南市歷史性區域文化資產路徑與生活文化觀光建構之研究》
	楊尚霖	國立臺灣大學建築與城鄉 研究所／2002／碩論	《礦業遺址保存方法研究—以平溪線為 例》

資料來源：本研究整理

第三章 花蓮市的空間發展脈絡

本章內容主要探討兩個主題，一為花蓮市的空間發展、另為現今三處位於花蓮市以老建築再利用的公共空間。在花蓮市空間發展的部分，從日治時期之初，1900年花蓮港市街從花蓮溪出海口遷至較內陸的新港街地區，並經過百年來日本政府與國民政府先後的開發與經營，而形成今日之規模的花蓮市，對於花蓮市這一系列的發展過程，即是本章所要探討的第一個重點；而第二部分本研究將以「郭子究音樂文化館」、「松園別館」及「花蓮鐵道文化園區」這三處以老建築再利用的公共空間為研究案例，以作為探討舊酒廠創意文化園區生成過程的參照範例。

第一節 花蓮市的空間發展過程³⁷

在這個章節當中，主要對於花蓮市的空間發展作一論述，其時空架構的設定，在時間軸上是以1896年日本政府正式接收花蓮地區至現階段花蓮市的發展現況；在空間部分，則是隨著時間的前進來對各階段之花蓮市的市區遷移或擴張作介紹。

一、日治時期花蓮港的發展－今日的舊市區與美崙地區

1895年清廷因甲午戰爭敗於日本而簽定馬關條約，割讓台澎於日。日人進入台灣之後，於1896年，正式接收花蓮地區。當時的花蓮港主要市街是位於花蓮溪出海口，因所在位置常受水患威脅，加上1896年當地發生大火，以至於在1900年開始逐漸將花蓮港市街遷移至較為內陸的新港街地區（見圖3-1）。

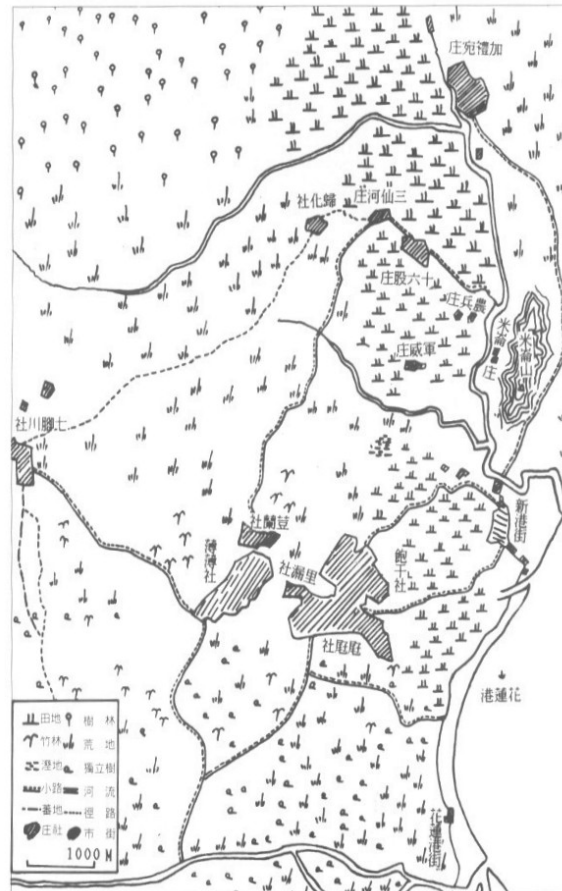
隨著花蓮港市街遷移至新港街一帶，新市街的建設也在此逐漸展開。1909年，花蓮脫離從屬台東的次要地位而獨立設廳；鐵道部花蓮港出張所亦於同年成立，並開始籌畫東線鐵路的建設。1910年花蓮港廳公佈了花蓮港的首次都市計

³⁷ 參考自張家菁（1998）《一個城市的誕生：花蓮市街的形成與發展》，花蓮：花蓮縣立文化中心。

畫，同年新的花蓮港廳舍也配合都市計畫落成於此，其他如市場、郵便局、醫院及學校等民生、教育設施也相繼設立；隨著產業與人口的成長，在 1916 年又公佈了市區的擴張計畫。該都市計畫主要是將原有狹小彎曲的道路拉直拓寬，並採用棋盤式的道路規劃形式。在其整體的規劃區塊之中，「黑金通」、「筑紫橋通」與「高砂通」³⁸為三條主要的道路，「筑紫橋通」與「高砂通」為通往市郊的聯外道路，而黑金通的東端更是鐵道部出張所、花蓮港驛與東海自動車株式會社之交通單位的所在，隨著 1926 年東線鐵路的全線通車、1931 年蘇花公路的開通，黑金通一帶除了原有花蓮港廳所在地之行政機能外，更是大幅增加了此地的交通機能。隨著花蓮港市街的開發、聯外道路的開通，花蓮港地區的人口與產業也逐漸成長，許多企業相繼進駐花蓮港，以致當時的黑金通又有「花蓮港銀座」之稱，由此可以想像當時黑金通一帶的繁華。

³⁸ 「黑金通」、「筑紫橋通」與「高砂通」分別為今日之中山路、中正路與中華路。此區塊即今日所稱的「舊市區」（張家菁，1998）。

圖 3-1 奇萊平野漢人街庄及番社分布圖（1904）



資料來源：臨時土地調查局，〈二萬分之一堡圖原圖一覽圖〉，1904 年調製。轉引自張家菁（1998）《一個城市的誕生：花蓮市街的形成與發展》，花蓮：花蓮縣立文化中心，頁 38。

1930 年花蓮港築港案通過，1931 年正式開工，於 1939 年完工。而日本政府爲了因應花蓮港正式營運之後將會帶動市區的成長與改變，以至於在 1934 年公佈了花蓮港米崙一帶的擴大都市計畫，欲將原爲農民放牧地與漁港的米崙地區轉變爲道路井井有條、機能完備以配合港口發展的新市區。該計畫於米崙地區鄰港地帶劃設了工業用地與鐵路動線以配合港口之相關產業的進入；在米崙新市街的部分，也規劃了完備的道路與公園系統，並進行市營住宅的建設，而各類的民生、教育與娛樂設施也陸續的設立，以因應住民的遷入。此次的都市計畫的特點在於不同以往目標單純、手段直接的解決都市問題，而是引入了日本內地較爲長遠的都市計畫觀念—「只要有都市的存在，必然要有都市計畫來規劃、管制、指導，才能使都市正常而有秩序的發展，否則都市就會畸形的發展而陷入混亂（張家

菁，1998，頁 135)。」

在 1939 年築港完成後，港口機能開始運轉，但在此港市發展之際，卻因二次大戰盟軍的空襲而造成港口及許多重要設施的毀損，也使得米崙新市區的發展暫時終止。

二、國民政府來台至今－舊市區、美崙地區的轉變與西部、國慶地區的興起

1945 年二次大戰結束，日本人離開台灣；1949 年國民政府播遷來台，花蓮縣政府組織成立。隨著世局的改變，花蓮市也展開了另一階段的發展。1951 年花蓮發生大地震，舊市區損壞嚴重，省府決定以美崙³⁹地區為重建重點地區，首先將縣政府等行政單位遷往美崙，以其為中心擴展建設。此外，1958 年溫妮颱風過境，舊市區再次受創，更加強了政府建設美崙的決心，以至於在 1964 年公佈了美崙都市計畫，這也是花蓮自光復以來首次的都市計畫，在此次計畫土地使用分區上，工業用地約佔全計畫的 20%，1976 年開發完成的美崙工業區即設立於此。花蓮市區在此階段的轉變，發展重心雖然轉移至美崙，但舊市區在行政單位的遷出之後，並未因此而沒落，其持續發展商業；而美崙地區則為行政中心與工業區的所在。

1973 年政府通過北迴鐵路興建案，並於 1980 年全線通車。為了配合北迴鐵路的完工與都市整體的發展，花蓮縣政府於 1975 年公佈了西部地區都市計畫(中華民國都市計畫學會，1987)。計畫中除了花蓮新站的規劃外，計畫區內並以「鄰里單位」的規劃理念，共設置了八個住宅鄰里單位。不過，也因車站週邊街廓採用住宅鄰里單位之規劃方式，以致車站聯外功能不彰，區內動線亦嫌雜亂，再加上該區域內酒店、賓館、KTV 等娛樂行業林立，亦增加了此區負面的區域意象⁴⁰。但整體而言，北迴鐵路通車後，花蓮新站開始運轉，加上本區在道路規劃上，連接了台九線與蘇花公路，以舒緩原有市區交通擁塞的情況，其公路的人車來往與

³⁹ 1951 年，政府將「米崙」改為「美崙」(張家菁，1998)。

⁴⁰ 參考自財團法人臺灣大學建築與城鄉研究發展基金會(1998)《花蓮市整體景觀發展暨都市設計管制架構研擬計畫》，花蓮：花蓮市公所，頁 2-5。東台工程顧問股份有限公司(2004)《花蓮市觀光休閒研究計畫－土地使用分析研究及開發策略規劃案》，花蓮縣政府城鄉發展局，頁 2-6~2-7。

火車站的人潮集散，使得原本以農業為主的西部地區轉型為具重要交通機能的新興地區。

然而在花蓮火車站遷移至西部地區之後，舊市區雖依舊扮演著花蓮市中心商業區的角色，但中山路東端之舊火車站一帶仍因失去交通機能而沒落。

在舊市區、美崙地區、西部地區的相繼開發之後，1981年縣府公佈了國慶地區的都市計畫（中華民國都市計畫學會，1987），此地區由於慈濟大學、慈濟技術學院等慈濟相關單位的設立，加上建商在此開發別墅型住宅，使得此區域以逐漸發展為以文教與住宅為主的新興區域⁴¹。

圖 3-2 花蓮市分區示意圖



資料來源：本研究繪製

⁴¹ 同註 40

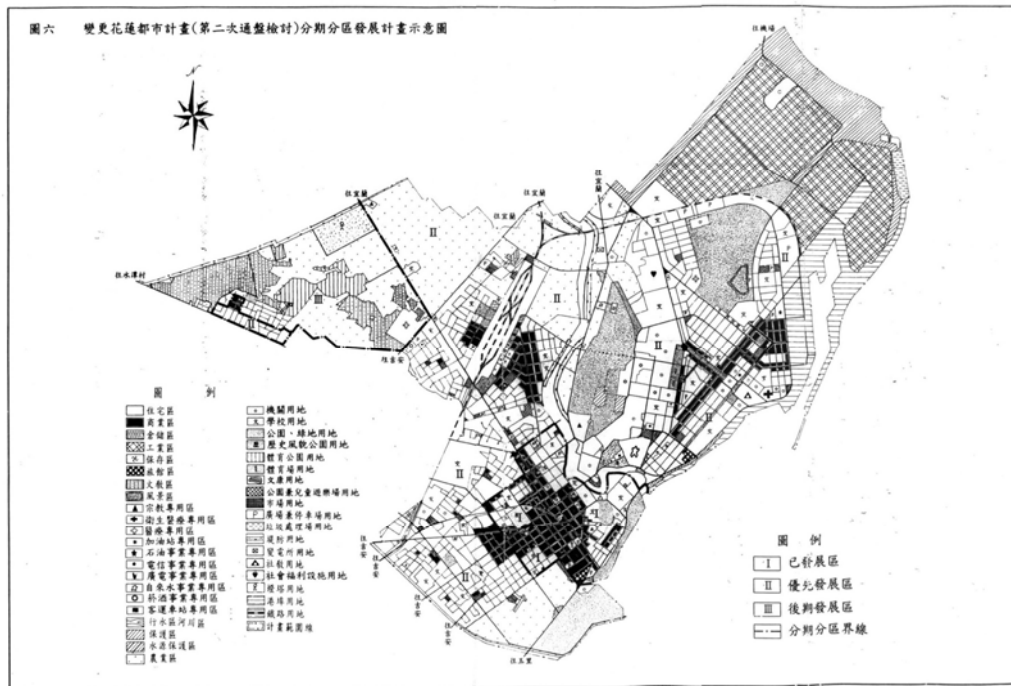
根據歷次都市計畫規劃之區域，可將花蓮市分為舊市區、美崙地區、西部地區與國慶地區四個區域，四區域目前發展現況本研究將其整理如下：

表 3-1 花蓮市各區域發展現況表

分區	首次都市計畫時間	發展現況
舊市區	明治四十三年 (1910)	發展至今已百年，目前仍為花蓮市主要的商業區，但中山路東端舊站一帶因車站遷移而沒落，1988 年縣府將該區域規劃為六期重劃區，而目前有多項計畫在此推動，欲帶動此區塊的再次發展。
美崙地區	昭和九年 (1934)	此區域為花蓮之行政中心，部分為住宅區，此外其亦為花蓮港與工業區之所在地。
西部地區	民國六十四年 (1975)	花蓮新站的所在地，除了車站之交通機能外，站前亦形成新興商圈；其區域內鄰里單位的規劃，也形成此區域的居住機能。
國慶地區	民國七十年(1981)	慈濟大學、技術學院設立於此，加上別墅群的興建，此區域已逐漸發展成為文教與居住為主之區域

資料來源：本研究整理

圖 3-3 變更花蓮都市計畫（第二次通盤檢討）分期分區發展計畫示意圖



資料來源：花蓮縣政府（2000）《變更花蓮都市計畫（第二次通盤檢討）》，花蓮縣政府城鄉發展局。

表 3-2 花蓮市都市發展歷程表

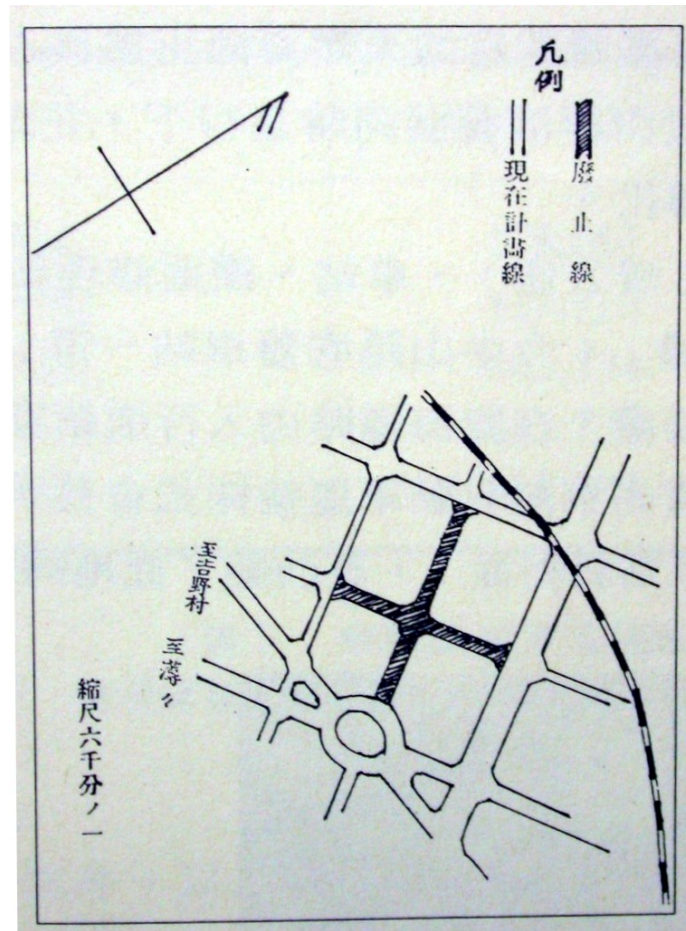
年代	內容
1895	清割讓台灣予日本
1896	日本政府將駐紮於花蓮港之清軍遣送回清後，正式接收花蓮。
1900	花蓮港市街由花蓮溪口遷至較內陸的新港街
1909	花蓮港獨立設廳；鐵道部出張所成立，並著手施工東線鐵路。
1910	公佈首次花蓮港都市計畫
1911	花蓮港驛完工
1916	公佈東線鐵路以南的市區擴大計畫；蘇花公路開始動工。
1920	花蓮港升格為街
1921	公佈郊區市區擴大計畫
1925	因應台灣總督府專賣局花蓮港支局的發展，通過花蓮港街市區計畫變更案（見圖 3-4）。
1926	東線鐵路全線通車
1931	蘇花公路（臨海道路）通車；花蓮港開始動工；花蓮港驛重建完工。
1934	因應未來花蓮港完成，公佈花蓮港米崙一帶擴大都市計畫。
1939	花蓮港完工
1940	花蓮港街升格為市
1941	因應花蓮港街升格為市而實施一連串的都市計畫變更
1945	日本戰敗投降
1949	年國民政府播遷來台，花蓮縣政府組織成立。
1951	花蓮發生大地震，舊市區損毀嚴重，縣府將行政單位遷往美崙，同時將米崙改為美崙。
1960	東西橫貫公路完成
1963	花蓮港開放為國際港
1967	因應花蓮港開放為國際港，公佈美崙地區的都市計畫，也是光復以來花蓮的首次都市計畫。
1973	北迴鐵路開始興建
1975	因應未來北迴鐵路通車，政府公佈西部地區都市計畫。

1976	美崙工業區開發完成
1980	北迴鐵路全線通車
1981	公佈國慶地區都市計畫
1982	公佈舊市區土地分區使用計畫
1988	花蓮（舊市區、美崙地區、西部地區、國慶地區）都市計畫第一次通盤檢討，並將都市計畫案名改為花蓮都市計畫。
2000	花蓮都市計畫第二次通盤檢討（其中將花蓮舊酒廠與松園別館變更為歷史風貌公園用地）

部分為與舊酒廠有直接關係之事項。

資料來源：本研究整理，參考自張家菁（1998）《一個城市的誕生：花蓮市街的形成與發展》，花蓮：花蓮縣立文化中心；財團法人臺灣大學建築與城鄉研究發展基金會（1998）《花蓮市整體景觀發展暨都市設計管制架構研擬計畫》，花蓮市公所，頁 2-1~2-2；東台工程顧問股份有限公司（2004）《花蓮市觀光休閒研究計畫－土地使用分析研究及開發策略規劃案》，花蓮縣政府城鄉發展局，頁 2-5；中華民國都市計畫學會（1987）《花蓮市都市計畫之沿革與實展望》，台灣省住宅及都市發展局市鄉規劃處。

圖 3-4 花蓮港街市區計畫變更圖 (1925)



資料來源：《花蓮港廳報》，第四四九號，1925年。轉引自張家菁（1998）《一個城市的誕生：花蓮市街的形成與發展》，花蓮：花蓮縣立文化中心，頁91。

第二節 花蓮市歷史性公共空間探討

一、松園別館⁴²

(一) 歷史背景

松園別館位於花蓮市美崙溪畔之松林台地上，其為花蓮縣僅存最完整的日治時期軍事建築。松園別館的興建年代根據文建會「台閩地區歷史建築資料庫」之資料所示為昭和十七至十八年間（1942—1943），不過也有相關研究⁴³指出其應興建於昭和十四年（1939）。日治時期松園興建之初是作為日軍的兵事部辦公室，相傳亦為中神風特攻隊出征前飲「御前酒」的地方；日本戰敗後，1947年由陸軍總部接管，之後又成為「美軍顧問團軍官度假中心」，1978年交由行政院退輔會管理，作為大理石工廠員工宿舍，但之後隨著人員的搬出、空間機能使用不彰，其環境逐漸衰敗。

(二) 生成過程

松園在歷經日治至國民政府時期各不同單位的管理，其空間使用型態皆為少數人使用，直至 90 年代才出現關鍵性的轉變。1981 年，松園之所在地由水源保護區變更為旅館用地，1995 年退輔會擬與財團在此開發觀光旅館。旅館開發案消息公開後，出現諸多反對意見，許多市民表達出對於保留松園原有風貌與當地老松樹之訴求，並反對觀光旅館的開發，在經過各界共同努力之後，其開發案才宣告終止。之後，松園在 2000 年公佈的花蓮市都市計畫之中也由旅館用地變更為「歷史風貌公園用地」，同年花蓮文化環境創造協會也在此舉辦「漂流木環保裝置藝術展」，此活動的舉辦獲得各界的迴響，也使松園再造的議題再度受到關注。2001 年松園被文建會評選為「九十年度試辦閒置空間再利用」試辦點，之後花蓮縣文化局開始籌備招標、委託規劃等松園再利用之相關事宜。2002 年，

⁴² 參考自文建會台閩地區歷史建築資料庫 http://hb.cro.cca.gov.tw/build/basic.asp?area=花蓮縣&kind=&b_no=238&page=3；陳義和口述、潘小雪整理（2001）〈日本時代的松林台地〉，《東海岸評論》，153 期，頁 27；鄭錦鐘口述、潘小雪整理（2001）〈神風特攻隊〉，《東海岸評論》，153 期，頁 29；楚耘（2001）〈去年在松園別館—2000 漂流木裝置藝術展〉，《東海岸評論》，153 期，頁 30-36；潘小雪（2001）〈松園紀事〉，《東海岸評論》，153 期，頁 40；王翠菱（2004）《閒置空間再利用與都市連接關係轉變—以松園別館為例》，國立東華大學環境政策研究所。

⁴³ 根據王翠菱的《閒置空間再利用與都市連接關係轉變—以松園別館為例》論文，作者依其對台灣文獻委員會研究員王天送老師之訪談與相關文獻回顧，認為松園興建年代應為昭和十四年。

松園被公告登錄為花蓮縣歷史建築，此舉更確立了松園之歷史價值。在 90 年代至今這一波對松園的保存與再造運動中，松園逐漸從早期軍管期間的神秘與閒置後的殘破荒涼，逐漸展現生氣並轉變成市民可與之親近的公共空間。

在松園被文建會評選為「九十年度試辦閒置空間再利用」試辦點之後，花蓮縣政府即著手松園再利用之相關事宜。2001 年至 2002 年主要進行的部分為主體建築與周邊環境的規劃設計與整建工程，其規劃將松園功能定位為「藝術創作與文化展演」、「藝術推廣」、「自然生態」與「觀光旅遊」⁴⁴，經過三期的施工之後於 2003 年 11 月開始對外開放。松園第一期的委託經營是由花東文教基金會得標，委託時間為 2003 年 9 月至 2005 年底止，執行內容則為松園園區之基本維護與管理以及活動的規劃，並引入咖啡店之商業活動來增加對遊客的服務與對於本身收入的來源，其經營期間在此舉行過音樂、美術、雕塑等各式的藝文展覽與表演，也有生活講座與定期的文學講座在此舉辦，在如此方向的經營下，松園儼然成爲一個花蓮市民共有的藝文空間。

（三）未來願景

目前花東文教基金會的經營權已經到期，松園正處於新舊經營團隊交替的階段，在過去三年的經營之下，松園漸漸成爲富有歷史與文化氣息的市民公園，不過這只是一個開始，是松園的起步、也是花蓮閒置空間再利用的一個起步，未來舊酒廠創意文化園區、鐵道文化館皆可以松園的經驗作爲自己營運時的參考依據。未來松園的經營仍然有許多問題必須面對，例如如何提升市民對於活動的參與度；出入松園的交通問題；入園人數的管制、老松樹的養護等環境永續性的問題，這些課題都是未來松園之經營團隊、相關之公部門以及花蓮市民必須共同面對的，也唯有大家的共同努力，才能使一個空間由衰敗轉化爲精采。

二、花蓮鐵道文化館

（一）歷史背景⁴⁵

⁴⁴ 吳宛霖(2001)〈關於一魚兩吃的說法－東台的設計與文化局的考量〉，《東海岸評論》，153 期，頁 41-42。

⁴⁵ 參考自鎮仁崇編著(2000)《台灣後山鐵道風華》，花蓮市：花縣文化；財團法人臺灣大學建

明治四十二年（1909）九月一日，鐵道部花蓮港出張所成立，並開始了東線鐵路的興建，其中經過兩期的工程與東台開拓會社的私有軌道的收購，這條連接花蓮港與台東的鐵道終在大正十五年（1926）全線通車。日治時期爲了因應東線鐵路的營運，在現今的中山路東端一帶規劃了一個鐵道專區，除了鐵道部出張所與火車站之主要設施之外，車庫廠房、員工宿舍、鐵道醫院等相關設施也一應俱全，而當時此區域的交通機能，也造就了當地的繁華；日治晚期，部分鐵道設施遭到空襲毀損；光復後，受損設施逐漸修復並回復營運，但隨著民國六十九年（1980）北迴鐵路的通車，花蓮車站遷至花蓮市西部地區的新站，而舊站也於民國七十一年（1982）東線拓寬工程⁴⁶完成之後廢站。台灣鐵路管理局花蓮管理處（即日治時期的鐵道部花蓮港出張所）也於民國七十七（1988）年裁撤，同年縣政府即將舊火車站及其週邊地區共計 13.28 公頃之土地規劃爲第六期重劃區。在火車站遷至新站與舊站廢除之後，原本預定舊火車站將作爲窄軌鐵道文化紀念館之用，但在許多條件未能配合之下，這項提案未能實行，花蓮舊站也在民國八十一年（1992）遭到拆除，而目前該區域遺留下之主要建築爲鐵道部花蓮港出張所，以及處長官舍、鐵道醫院等多處相關設施。（鄭仁崇，2000；財團法人台灣大學建築與城鄉研究發展基金會，2005）。

（二）生成過程⁴⁷

近幾年，由於保存歷史建築的觀念逐漸形成，在市民與學者專家以及鐵路局與文化局的合力奔走下，對於此承載東線鐵路七十餘年歷史的區域，終於民國九十一年展開其保存工作，首先推動的即是以原鐵道部花蓮港出張所爲基地的「花蓮鐵道文化館」之成立計畫，現存之鐵道部花蓮港出張所爲 1932 年改建而成，在九十一年九月登錄爲花蓮縣歷史建築；民國九十二年，以文化局爲首的出張所建築物搶救計畫開始執行，其包括建物調查研究、修復設計以及修復工程的開始進行，此外相關人員的培訓、東線鐵路歷史的研究與鐵道文物的收集等軟體工作也逐步展開；九三年，開始了東線鐵路遺址的研究計畫，處長官邸與蒸氣火車加水塔也同時被列爲歷史建築；九十四年，前鐵道工務段與武道館被列爲歷史建

築與城鄉研究發展基金會（2000）《舊東線鐵道基地遺址調查研究計畫成果報告書》，花蓮縣文化局。

⁴⁶ 隨著東線鐵路運輸需求的提高，爲承載「大火車」的行駛，東線鐵路於民國六十七年動工將原有寬度爲 762mm 的窄軌拓寬爲 1067mm，並於民國七十一年完工（鄭仁崇，2000）。

⁴⁷ 參考自花蓮縣文化局（2005）《花蓮鐵道文化館再生計畫》，花蓮縣文化局。

築，同年文化局也提出了蒸氣火車再生計畫，欲將目前保留下來的蒸氣火車加水塔修復以及規劃鐵道文化館至花蓮港區之間蒸氣火車的復駛。在三年來的鐵道部花蓮港出張所的修復期間，除了上述之修復規劃，部份建築修復完成後採取階段性開放，讓民眾先行進入參觀，不定期也有許多民眾參與的活動在此舉行，電影播放、舊鐵道的導覽、兒童的版畫或拼布教學等，這些活動除了讓執行團隊聽取民眾的意見之外，也讓民眾能夠親近沉寂已久的出張所及週邊區域，其亦為該區域活化的一個開始。

（三）未來願景

截至目前為止，「花蓮鐵道文化館」目前仍處於生成階段。就整體規劃而言，由原鐵道出張所轉化而成的「花蓮鐵道文化館」可以說是保存與發展整個舊東線鐵道基地的一個發軔點，以其為中心向外擴大，將周圍已被列為歷史建築的的處長官邸、蒸氣火車加水塔、前鐵道工務段與武道館，以及警務段、鐵路醫院、員工宿舍等週邊設施相互連結，使整個舊東線鐵道基地有一整體性的規劃，例如目前文化局所提出之蒸氣火車的復駛計畫，與洄瀾 2010—創造花蓮永續發展規劃案之中規劃將鐵道機房再利用為「洄瀾願景館」等，皆是鐵道文化館之相關計畫。整體而言，六期重劃區之發展即是以現存之東線鐵道遺址作規劃為基礎，遺址的保存除了保留地方的歷史與居民的回憶之外，最主要的即是如何將這些歷史性建築作有效的再利用，進而達到整體區域再造的目的，鐵道文化館的設立僅是一個起始點，期待文化館可帶動該區域整體的發展，使其原有鐵道風華再現。

三、郭子究音樂文化館

（一）成立背景⁴⁸

1996 年花蓮縣文藝季以「不朽的海岸樂章」為主題，將花蓮中學音樂老師、也是著名音樂家—郭子究（1919-1999）的音樂作品作了一次完整的呈現，在活動中文化中心（今文化局）頒定郭老師的生日（九月十七日）為郭子究日與成立郭子究獎學金，之後並計畫成立「郭子究音樂基金會」與「郭子究音樂文化館」。郭子究音樂文化館於民國九十二年開始籌備，其籌備工作是由花蓮中學與文化局

⁴⁸ 參考自許琇瑩（2005）《地方文化館生成過程之研究—以花蓮「郭子究音樂文化館」為例》，國立花蓮師範學院鄉土文化研究所。

所共同執行，籌備過程首要面對的即是選址的問題，經各界的討論後，決定將館址選定於花蓮中學的舊宿舍，其建築物即位於郭子究故居之對面。此外，打造「美倫文教區」是花蓮縣政府近年致力的目標之一，其為建立花蓮文化生活圈的一環，所以郭子究音樂文化館，除了具有紀錄郭子究老師在音樂上的成就與貢獻，以及作為一個音樂交流與推廣的空間之外，其成立也強化了所在社區之文化的凝聚。

（二）生成過程⁴⁹

郭子究音樂文化館的成立工作是由民國九十二年開始籌畫與進行並持續至今，九十三年第一期工程進度主要為社區文史調查與建築主體結構的整建；九十四年則著手進行第二期工程－「音樂夢土營造計畫」，其內容除了音樂文化館硬體設備的持續整備之外，並進行「郭子究故居」的整建，其整建原則為保留原有生活像度，以其達到「郭子究老師剛出去散步不久」的生活意象，以強調生活故事性與音樂研究性。此外，在空間經營部分則主要以活化社區精神以及音樂教育的學習與分享為重點；九十五年則將邁入第三期的工程，此年度之重點除了郭子究藝術園區的成立外，在活動部分則規劃了郭子究音樂節萬人「回憶」大合唱、成立花蓮青年合唱團與舉辦郭子究音樂創作大賽、以及影音人才的培訓與實踐等計畫。此外，在上述的文化館硬體整建階段性完成後，已開始有社區音樂會以及合唱團等音樂性活動在此舉辦。

（三）未來願景

郭子究音樂文化館的成立，其設館內涵除了在音樂向度上的交流與傳承之外，對於其文化館的所在場域－花蓮中學的舊宿舍區之聚落保存亦有關鍵性的功能。郭子究音樂文化館之建築為舊建築再利用之案例，其故居亦被登錄為歷史建築並加以保存。該文化館之成立與其故居的保存可作為整體花中舊宿舍區之保存的起始點，文化館以呈現音樂藝術為主，故居則以保存該生活空間及原貌為原則，期待未來兩者之功能相互結合以帶動舊有聚落的保存與活化⁵⁰。而在文化館的主軸－音樂藝術上，郭子究音樂文化館的成立，則是結合了文化局與花蓮中學

⁴⁹ 花蓮縣文化局、國立花蓮高級中學《「郭子究音樂文化館三期計畫」音樂夢土營造計畫》，花蓮縣文化局、國立花蓮高級中學。

⁵⁰ 引自許琇瑩《地方文化館生成過程之研究－以花蓮「郭子究音樂文化館」為例》論文中，訪談於花蓮師院教授姚誠老師之資料。

以及社區居民、社會人士、愛樂者之各界力量共同打造的一個花蓮的音樂平台，期以郭子究老師的音樂為中心，將音樂文化向外拓展與向下傳承。總體而言，郭子究音樂文化館具有音樂交流的功能，亦兼具歷史保存的意義。

第三節 小結

日治時期，台灣東部這塊地廣人稀的區域在日人眼中是一塊具有豐富資源的土地，日人為取得資源而開發東部，因此相關產業開始在此發展，例如賀田組、台東株式會社開發花東縱谷栽培甘蔗的製糖事業；開發林田山區的花蓮港木材株式會社皆是當時主要會社組織（張家菁，1998）。而居東部首要節點的花蓮港市即成為物產對外互通有無的集散與轉運中心，所以日人在花蓮港積極的發展交通建設，這些聯外交通設施的興建除了有利於貨物的運輸外，對於花蓮港街的都市空間發展亦有著重要的影響。回顧花蓮市的空間發展，由日治時期發展至今的各區域：現今以商業為主的舊市區、行政中心所在的美崙地區、具交通機能的西部地區以及最近以文教與居住機能而發展的國慶地區，這些地區雖然因長期的發展歷程的不同而形成今日現況的相異，但除國慶地區外，前三個地區在發展初期皆與交通建設息息相關，東線鐵路的興建與舊站的所在無疑扮演了舊市區發展的重要角色；而美崙地區與西部地區的最初規劃即是為了因應花蓮港開港與北迴鐵路通車後新站運轉所帶來的人口與產業成長，相對的，舊市區舊站一帶也因火車站的遷移而沒落。而這一系列從日治時期至今，各階段的都市擴張與地區機能之變遷即建構了今日的花蓮市之都市規模。

然而，在時代變遷與都市發展之時空整體的前進之下，環境的改變是必然的，有些空間的發展是日趨興盛，有些空間則逐漸衰敗。而花蓮市之都市空間亦然如此，上一節所提之松園、郭子究音樂文化館、鐵道文化館，以及本研究之研究對象花蓮舊酒廠，這些空間在未重新規劃整建之前皆是在時空轉變下逐漸衰敗的失落空間。失落空間所指的是一種惹人厭、對周圍環境或使用者沒有任何正面價值與貢獻、界定不清又缺乏明確界線的反空間，也是極須重新設計規劃的空間，但由於城市中有失落空間的存在，設計師才有機會對都市進行再開發與再設計，重新發掘城市中所隱涵的資源（Roger Trancik，1986）。近幾年在花蓮市民

與各界人士的共同努力之下，今日的松園已逐漸尋回生命力，郭子究音樂館、鐵道文化館以及花蓮舊酒廠創意文化園區等多處歷史性空間的再利用計畫也已經展開，而這些再利用計畫以空間的面向觀之，其為一種都市更新的手法，透過再利用計畫將原有長期頹圯的失落空間轉化為界線分明，定位清楚，對周圍環境有正面影響的優質空間。

若從文化面向觀之，歷史性空間皆蘊藏著大量的城市歷史與市民回憶，而這些無形的資產因所屬空間的長期沉寂而被隱沒，這些被隱沒的資產即可透過所屬空間的活化而重新被世人所認識，並持續累積。再利用計畫保存了空間，對於其空間過往的歷史相對亦有保存的作用，而透過空間的活化可以讓使用者了解地方的過往，並且因空間繼續的被使用而歷史方可向下延續，以鐵道文化館、郭子究音樂文化館為例，其文化館的空間型態皆具歷史保存的調性，現今台灣其他地區亦有許多以文化館或是博物館為主題的再利用案，但在此筆者必須強調，文化館的再利用型態是一種可達到保存歷史目的操作方法，但欲達到保存歷史目的並不全然一定要採用文化館或博物館的再利用型態，其實適當的新機能引入，在規劃與設計上如能夠確實的把握尊重歷史、反應歷史與開創未來的原則，在如此大前提下，其他機能的進入亦能達到歷史保存的目的。

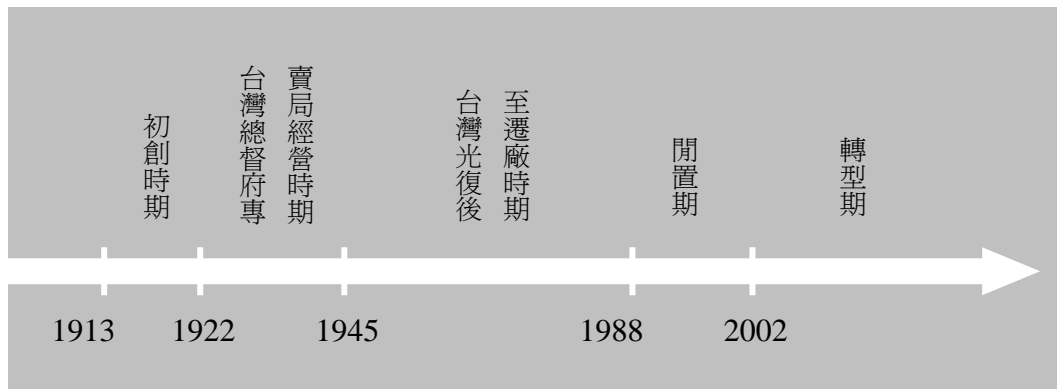
整體而言，花蓮市的這些老建築所轉化的公共空間若能規劃得宜，每個據點能在永續的原則下持續發展，而這些點再與花蓮市其他的公共空間相互連結，以「點」的連結帶動「面」的發展，並配合老建築與新建築所釋放之不同的新舊時代氛圍，在其整體的發展下，期待形塑出具花蓮在地意象之特色城市。

第四章 花蓮舊酒廠創意文化園區之前世與今生

第一節 花蓮舊酒廠的歷史背景

花蓮舊酒廠的歷史延續至今，本研究將其分為五個時期，分別為：宜蘭振拓株式會社的初創時期（1913-1922）、台灣總督府專賣局經營時期（1922-1945）、台灣光復後至遷廠時期（1945-1988）、閒置期（1988-2002）、轉變為「花蓮創意文化園區」之轉型期（2002-）。以下就各階段作一介紹。

圖 4-1 花蓮舊酒廠發展段代圖



資料來源：本研究整理

一、初創時期（1913-1922）

現今位於花蓮市中華路與中正路交叉口的花蓮舊酒廠，其前身最早可追溯到日治時期大正二年（1913）「宜蘭振拓株式會社」在此設立造酒工廠。其設廠之初是由日人久永修與飯淵覺太郎向花蓮港廳租得位於花蓮港廳花蓮港街的土地一千五百二十坪，大正二年宜蘭振拓株式會社在此成立「宜蘭振拓產業株式會社花蓮港工場」，開始建設廠房，並在大正六年、八年、九年逐步增建，其建設價格為兩萬兩千九百二十二元⁵¹。

⁵¹台灣總督府專賣局（1941）《台灣酒專賣史（上）》，頁 762。

二、台灣總督府專賣局經營時期（1922-1945）

大正十一年（1922）五月五日，台灣總督府公布「台灣酒專賣令」，同年七月一日正式實施，酒類的製造與販售開始皆由政府專營⁵²。爲了專賣事業的實行，專賣局選定全台十五個地點設置工場，並徵收條件適宜的民間酒工場，共計徵收了十二家，若該地區無合適酒工場，則由專賣局自行興建，此外另租用九家酒工場以補專賣初期產量的不足，待各直營酒工場生產逐步上軌道之後，租用之酒工場才決定廢止或改爲徵收⁵³。

專賣局原本欲租用宜蘭振拓株式會社花蓮港工場，並另擇土地自行設場，但因尋無合適地點，而原工場之租金又超出預定額度，以致最終專賣局決定徵收該場⁵⁴。

「宜蘭振拓株式會社花蓮港工場」成爲徵收的酒工場後，專賣局以此從事酒類製造、販賣及取締私人出售酒類酒精等，包辦了由上至下的全部工程，除了酒類之外，也加入了菸草、樟腦、鴉片及食鹽等耕作、販賣及取締，並於大正十三年（1924）十二月依「府令第九十八號」，正式定名爲「台灣總督府專賣局花蓮港支局」⁵⁵。

此外，爲了配合酒工場往後的發展，於大正十四年（1925）花蓮港廳以「告示第一〇一號」通過花蓮港街市區計畫變更案，廢除專賣支局基地內的計畫道路，使其建地完整，以因應往後的擴建⁵⁶。

昭和十九年（1944），盟軍空襲台灣本島，酒工場雖早有防範，但由於駐紮在酒工場旁明義國小的日軍在酒廠屋頂以步槍攻擊飛機而暴露行蹤，以至於酒工場在戰火中受創，廠房有三分之二受到嚴重損害⁵⁷。

⁵²范雅鈞（2002）《台灣酒的故事》台北市：貓頭鷹出版，頁 56。

⁵³范雅鈞（2002）《台灣酒的故事》台北市：貓頭鷹出版，頁 63。

⁵⁴台灣總督府專賣局（1941）《台灣酒專賣史（上）》，頁 735-736。

⁵⁵張家菁（1998）《一個城市的誕生：花蓮市街的形成與發展》，花蓮市：花縣文化，頁 90。

⁵⁶詳參本論文頁 65。

⁵⁷黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，行政院文化建設委員會，頁 33。

三、台灣光復後至遷廠時期（1945-1977）⁵⁸

二戰結束後，台灣光復，民國三十四年（1945）台灣總督府專賣局改組為「台灣省專賣局」，花蓮港工場也被命名為「台灣省專賣局花蓮港酒工廠」；次年，台灣省專賣局改制為「台灣省菸酒公賣局」，該廠也改名為「台灣省菸酒公賣局第八酒廠」，並逐漸恢復生產；民國四十年（1951）花蓮發生大地震，酒廠也於此次地震中受到損害，廠內多棟建物與半製品因而損壞⁵⁹；民國四十六年（1957）該廠再度改名為「台灣省菸酒公賣局花蓮酒廠」。

四、閒置期（1988 -2002）

花蓮酒廠因位花蓮市的中心商業區，面積 3.3 公頃，四周道路環繞，其所在區位無法因應酒廠發展，加上廠房及設備老舊，以及廢水污染問題無法克服。公賣局即配合都市計畫，達到變產置產的目的，公賣局將花蓮酒廠列入菸酒增產方案遷建工廠之列，並在花蓮市美崙工業區購入 24.9216 公頃的土地欲建新廠。民國七十七年（1988）新廠完工，花蓮酒廠即遷入美崙工業區新廠⁶⁰。花蓮酒廠遷至新廠後舊廠便開始閒置。

民國九十年（2001）花蓮都市計畫第二次通盤檢討將舊酒廠劃設為「歷史風貌公園用地」。

五、轉型期（2002-）

民國九十一年（2002）至今，花蓮舊酒廠已進入轉變為「花蓮創意文化園區」之轉型期。民國九十一年五月，政府提出「挑戰 2008 國家重點發展計畫」，計畫制定於花蓮舊酒廠成立創意文化園區。次年，開始了各項相關之調查與規劃工作；民國九十三年（2004）花蓮舊酒廠的修復工程也隨之動工，且工程持續至今。

⁵⁸台灣省菸酒公賣局志編輯委員會（1997）《台灣省菸酒公賣局志》，台灣省菸酒公賣局，頁 99。

⁵⁹黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，行政院文化建設委員會，頁 34。

⁶⁰台灣省菸酒公賣局志編輯委員會（1997）《台灣省菸酒公賣局志》，台灣省菸酒公賣局，頁 99。

圖 4-2 日治時期台灣總督府專賣局花蓮港支局



資料來源：台灣總督府專賣局（1941）《台灣酒專賣史（下）》。

第二節 創意文化園區相關計畫之脈絡統整

本研究之研究對象－花蓮舊酒廠創意文化園區的設置計畫是為行政院在 2002 年所提出之「挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002－2007）」當中「文化創意產業發展計畫」內的一個執行計畫。本節的內容首先將概略說明「挑戰 2008：國家發展重點計畫⁶¹」與其重點投資計畫之一的「文化創意產業發展計畫」之計畫緣由與整體架構，並從中了解花蓮舊酒廠創意文化園區的設置計畫在「挑戰 2008：國家發展重點計畫」當中所屬的層級位置。在了解整體計畫架構之後，進而說明現今文化創意產業發展計畫的執行架構。

一、挑戰 2008：國家發展重點計畫⁶²

（一）計畫緣由

近幾年，由於台灣面臨了全球化競爭的挑戰，以及後進者的追趕，再加上台灣人民對於改革的深切期望。因此，行政院長游錫堃於 2002 年 2 月組閣後即開始構思如何將陳水扁總統的「綠色矽島」之施政理念以及「深耕台灣，步局全球」

⁶¹ 挑戰 2008：國家發展重點計畫是為滾動式計畫，計畫執行期間亦同時檢討修正，因此該計畫除 2002 年 5 月 31 日核定之最初版本外，另有 2003 年 1 月 6 日以及 2005 年 1 月 31 日准予修正的兩部修訂版，本研究以目前最新之 2005 年 1 月 31 日修正版為依據。

⁶² 參考自《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）》（2005 年 1 月 31 日修正版）

的新經濟戰略落實為具體計畫。經過由游院長邀集多位閣員與專家集思廣益三個月後，行政團隊終於 2002 年 5 月提出了「挑戰 2008：國家重點發展計畫」。該計畫企圖促使台灣的產業升級轉型，提升國家競爭力，奠定下一波躍升堅實基礎，它不僅強調投資未來，更重視改革；除了加速硬體基礎建設之外，更首度將包含人力、文化和環境在內的軟體建設納入國家重點發展計畫之中；該計畫也重視民間參與，落於政府與民間夥伴關係的理念。整體而言，挑戰 2008：國家重點發展計畫是一個為期六年，有方案、有策略以及具體預算之持續性的行動計畫。

（二）計畫內容

挑戰 2008：國家發展重點計畫當中包含十項重點投資計畫：（1）E 世代人才培育計畫；（2）文化創意產業發展計畫；（3）國際創新研發基地計畫；（4）產業高值化計畫；（5）觀光客倍增計畫；（6）數位台灣計畫；（7）營運總部計畫（8）全島運輸骨幹整建計畫；（9）水與綠建設計畫；（10）新故鄉社區營造計畫。

二、挑戰 2008：國家發展重點計畫－文化創意產業發展計畫

（一）計畫緣由⁶³

過去的幾十年來，台灣為求經濟發展，專注於工商業的建設與輔導，也以「製造優勢」創造了「台灣的經濟奇蹟」。但在經濟的發展過程中，地方的傳統產業逐漸被大量生產的工商經濟所取代，而文化藝術也從中逐漸消逝。因此我們必須從傳統產業與文化藝術，以及工商業發展兩者之間尋找另一條出路。

文化代表著一國的藝術與生活經驗的特色與累積，如能將文化結合新的創意，可望為國家帶來新的潛能與商機，尤其在全球化浪潮之下，商品之特殊性即代表其競爭力的有無。而台灣發展文化創意產業即是從各領域整合台灣的智慧與文化魅力，將其應用於產品的發展或生活美學之中，以因應全球化的挑戰，同時平衡過去台灣過度偏向製造業的產業發展型態，成為開拓台灣產業高質化的始命。除此之外，在知識經濟的時代，許多先進國家已對於文化創意產業具備完整的概念，並將文化創意產業列入國家發展的重點之一，以提升國力。

⁶³ 參考自陳昭主編義（2004）《文化創意產業發展年報 2003 年》，台北：經濟部文化創意產業辦公室，頁 2。

有鑑於以上因素，行政院便將「文化創意產業發展計畫」列入「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，並研擬相關政策來落實「產業文化化，文化產業化」之目標。此外，文化創意產業發展計畫也是我國首次將抽象的「文化軟體」視為國家建設的重大工程，期望藉由開拓創意領域，結合人文與經濟產業創造高附加價值的效益，以提升經濟發展與國民生活品質，並建設台灣成為華人世界文化創意產業的領導者。

（二）計畫目標⁶⁴

「文化創意產業發展計畫」之計畫願景為「開拓創意領域，結合人文與經濟，發展具國際水準之文化創意產業」。該計畫期待至 2008 年可達到下列目標：

- （1）文化創意產業之營業額提升為 1.5 倍
- （2）文化創意產業之直接就業機會提升為 1.5 倍
- （3）娛樂教育及文化服務佔家庭總支出比重由 13.5% 提升為 15%
- （4）文化創意產（作）品參加國際競賽得獎提升為 2 倍，以及與文化創意產業有關之區域性國際品牌數量提升 5 倍

（三）計畫內容⁶⁵

該計畫之發展主要包含五大方向，即計畫中之五項子計畫：

- （1）整備文化創意產業發展機制—其功能在於建制產業發展所需的行政體系、網路硬體設施、法令規章等。
- （2）設置文化創意產業資源中心—藉由教育及建立資料庫等措施，整合產業建構發展所需的資源。
- （3）發展藝術產業—其目的著重於人才培養及創意、數位以及傳統藝術之發展
- （4）發展重點媒體文化產業—主要負責電影、電視、流行音樂、圖文出版及數位休閒娛樂等產業之推動發展。
- （5）台灣設計產業起飛—以全方位的政策（如活化推動機制、與國際交流等）來推動設計產業發展。

⁶⁴參考自陳昭主編義（2006）《台灣文化創意產業發展年報 2005 年》，台北：工業局出版：經濟部文化創意產業辦公室發行，頁 202。

⁶⁵參考自陳昭主編義（2006）《台灣文化創意產業發展年報 2005 年》，台北：工業局出版：經濟部文化創意產業辦公室發行，頁 202。

以上五項子計畫之下，又各有多項執行計畫，各執行計畫又分屬不同單位所主管。其各執行計畫細目及所屬單位，請詳參圖 。

三、規劃設置創意文化園區⁶⁶

行政院通過「創意文化產業發展計畫」，欲結合商業與文化藝術，建構出具有台灣特色的文化創意產業，並以擴大其產值，形塑國民生活的文化質感，基於創意文化園區可做為我國文化創意產業發展之示範基地與資訊交流平台，特選定台北舊酒廠、台中舊酒廠、嘉義舊酒廠、花蓮舊酒廠以及台南北門倉庫群做為文建會推動文化創意產業計畫之五大基地⁶⁷。其規劃內容如下：

1. 設置創意文化園區之具體做法：

- (1) 進行五大創意園區整體發展計畫、都市計畫變更及土地移撥。
- (2) 創意文化園區建築物修復再利用、以及園區周圍景觀改善工程。
- (3) 創意文化園區內容產業之引入與營運管理工作之規劃。
- (4) 創意文化園區人才培育計畫。
- (5) 建立文化創意產業數位資訊窗口、提供國際創意文化交流平台。

2. 設置創意文化園區之效益：

- (1) 提高產業附加價值，創造資源整合之綜合效益。
- (2) 匯聚多元多樣藝文展演型態與創意產業之能量。
- (3) 建構藝術界與產業界之創意平台，增加文化創意產業就業人口。
- (4) 建立文化創意產業數位資訊窗口、提供國際創意文化交流平台。
- (5) 提供文化創意產業各種資訊、媒合的機會，使資訊使用更生活化、更便利取得。

3. 期程：92—96 年

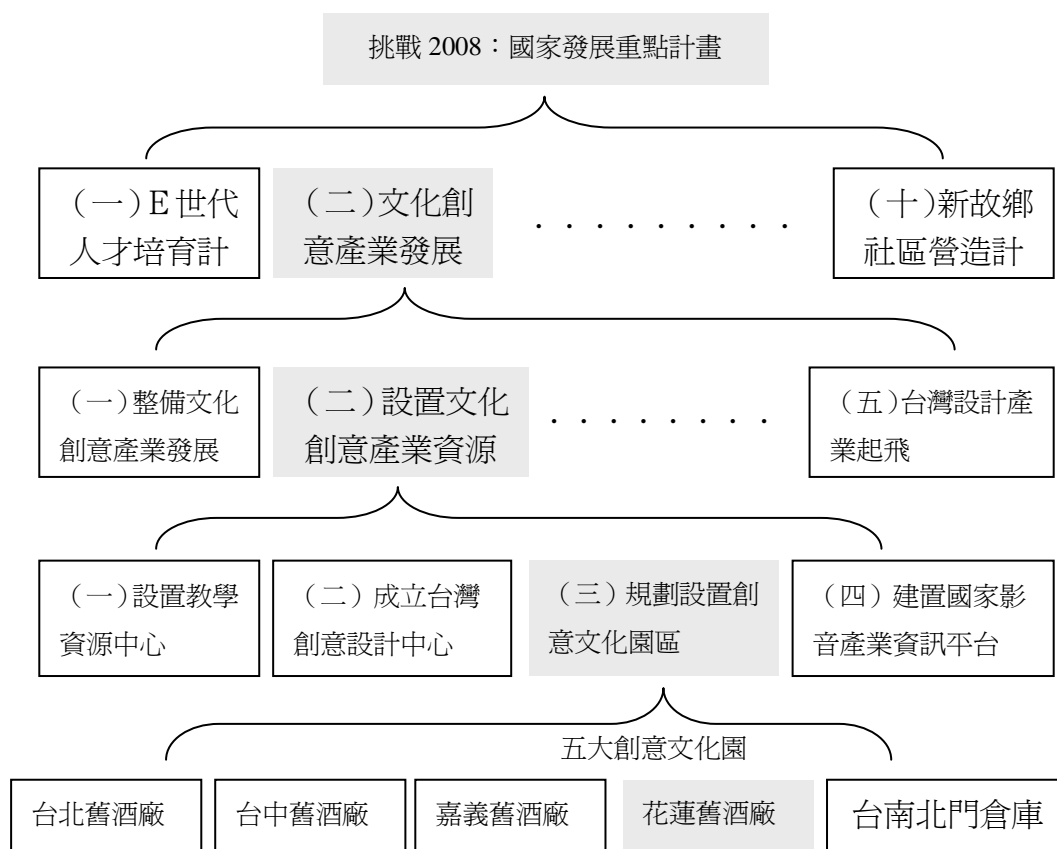
4. 經費：總經費 35 億

5. 主辦機關：行政院文化建設委員會

⁶⁶參考自《挑戰 2008：國家發展重點計畫(2002-2007)》(2005 年 1 月 31 日修正版)頁 2-11—2-12

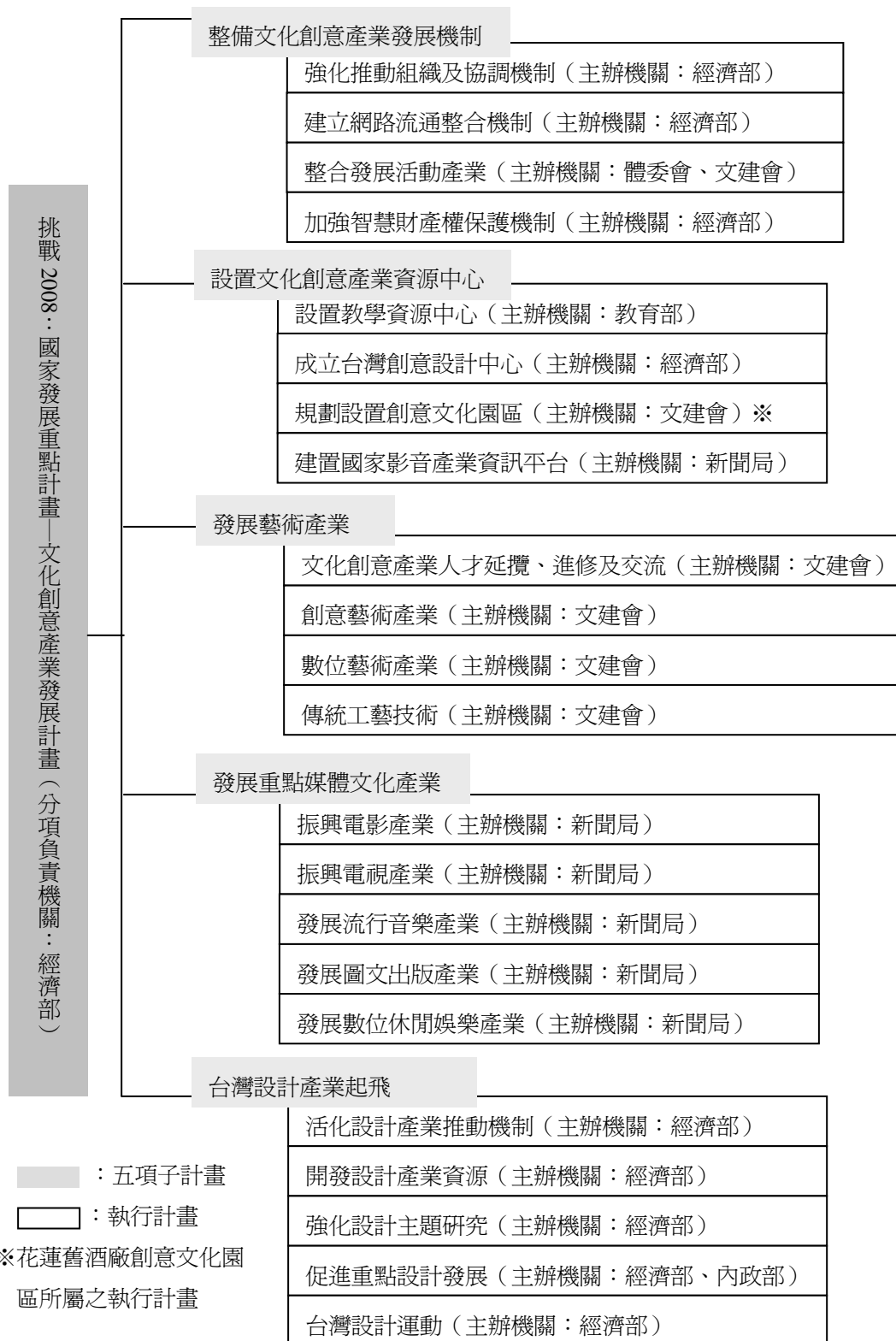
⁶⁷ 五大創意文化園區的選定原因，根據筆者對文建會園區專案管理中心黃龍興組長的訪談(2006.10.26)，黃組長表示，因在 2002 年剛好菸酒公賣局轉型為公司，為因應轉型需要，要將台北舊酒廠、台中舊酒廠、嘉義舊酒廠、花蓮舊酒廠以及台南北門倉庫群五個廠區減資繳回給國家，剛好「挑戰 2008：國家發展重點計畫」也在那時提出，那文建會即剛好以這五個地方作為推動創意文化園區。

圖 4-3 「挑戰 2008：國家發展重點計畫－五大創意文化園區」相對架構圖



資料來源：本研究整理，參考自《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）》
（2005 年 1 月 31 日修正版）

圖 4-4 文化創意產業發展計畫分項架構圖



資料來源：參考自陳昭主編義（2006）《台灣文化創意產業發展年報 2005 年》，台北：工業局出版；經濟部文化創意產業辦公室發行，頁 203；《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）》（2005 年 1 月 31 日修正版）。

四、文化創意產業推動組織⁶⁸

在文化創意產業的推動組織部份，主要包含三個單位：「行政院文化創意產業發展指導委員會」、「經濟部文化創意產業推動小組」與「經濟部文化創意產業推動小組辦公室」。

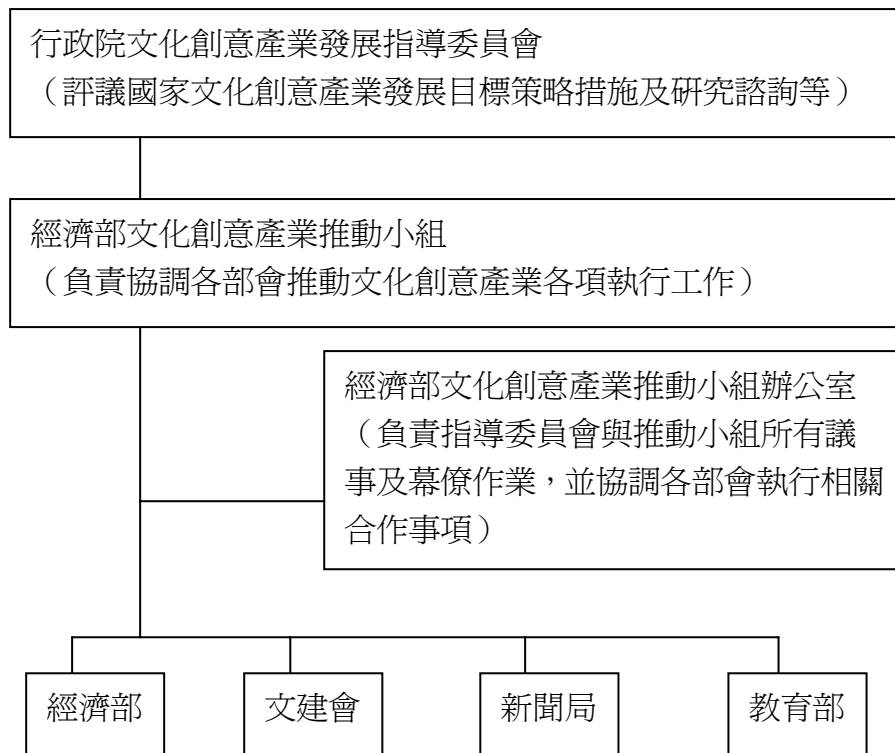
推動組織之執行架構為二層合議制，第一層為「行政院文化創意產業發展指導委員會」，該委員會由行政院政務委員擔任召集人，邀請產、官、學、研等共 18 位委員組成，做為文化創意產業發展目標及策略評議、相關發展措施評議及重要資料收集、研究與諮詢等工作，並負責政策指導。委員會半年定期召開一次會議，召集人於必要時可召集委員舉行不定期的臨時會議。

第二層為「經濟部文化創意產業推動小組」，其為一個跨部會的業務協調推動組織，召集人由經濟部次長兼任，其餘成員由經濟部遴聘推動文化創意產業相關政府單位（包括經濟部、文建會、教育部、新聞局、體委會、內政部、觀光局等）人員 14 人及外聘學者專家 3—5 人所組成。推動小組的工作主要為協調研擬文化創意產業發展策略與措施、協調推動文化創意產業各項工作、協調推動「行政院文化創意產業發展指導委員會」之決議事項、協調推動其他有關文化創意產業發展事項。推動小組委員會議為每季召開一次。

此外，另有一負責上述二會幕僚作業之單位—「經濟部文化創意產業推動小組辦公室」，其執行秘書及辦公室主任是由經濟部工業局局長兼任，該單位主要負責的工作主要包含：1. 建立文化創意產業整合服務單一窗口；2. 擔任行政院文化創意產業發展指導委員會會議幕僚作業；3. 擔任經濟部文化創意產業推動小組委員會議議事幕僚作業；4. 建構文化創意產業專屬網站；5. 協調研擬文化創意產業發展策略與措施；6. 彙整文化創意產業相關統計資料；7. 協調文化創意產業人才培訓、國際交流、技術輔導等工作；8. 協調整合文化創意產業推廣宣傳。

⁶⁸參考自陳昭主編義（2004）《文化創意產業發展年報 2003》，台北：經濟部文化創意產業辦公室，頁 25-29；行政院文化建設委員會（2004）《民國九十二年文化統計》，台北市：行政院文化建設委員會，頁 120-122。

圖 4-5 推動文化創意產業組織架構



資料來源：行政院文化建設委員會（2004）《民國九十二年文化統計》，台北市：行政院文化建設委員會，頁 122。

第三節 花蓮舊酒廠創意文化園區的工作執行概況

一、花蓮舊酒廠創意文化園區的工作執行架構

在「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之中，其「規劃設置創意文化園區」這項執行計畫的主管機關為行政院文化建設委員會⁶⁹，文建會負責將五個創意文化園區的整體發展計畫做出來，並按照該整體發展計畫，一步一步來進行園區的規劃與施作。

以花蓮舊酒廠創意文化園區而言，其整體發展計畫是於民國九十二年九月，文建會委託花蓮縣文化局代辦「花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案」，由黃文杰建築師事務所負責規劃與調查。期間，經過多場社區座談會、導覽與測試性活動以及審查會議，於民國九十三年十二月結案，其內

⁶⁹ 文建會對於創意文化園區事務設有「園區專案管理中心」。

容包括：歷史調查、園區的未來定位、園區修復分期計畫、花蓮文化創意資源分析等…調查與規劃。而該計畫也為花蓮舊酒廠創意文化園區後續執行工作所依循的最上位計畫。

除了主管機關—文建會之外，花蓮縣文化局⁷⁰則是代表地方的單位，其向文建會反應地方意見，作為中央與地方的橋樑，文建會若舉行創意文化園區相關之會議，花蓮縣文化局亦有人員參與會議，表達在地的聲音。而目前花蓮創意文化園區的保全、駐衛警、清潔之常態維護工作則由文建會提供經費委託文建會代辦。

二、花蓮舊酒廠創意文化園區目前的執行進度

自民國九十一年「挑戰 2008：國家發展重點計畫」推動至今，花蓮舊酒廠創意文化園區的執行進度如下：

表 4-1 花蓮舊酒廠創意文化園區大事紀（製表日期：2006 年 11 月 24 日）

花蓮舊酒廠創意文化園區大事紀	
日期	事項
77 年	花蓮酒廠遷移至美崙工業區，原廠區開始閒置。
90 年	花蓮縣府考量舊酒廠之保存與再利用價值，於花蓮市都市計畫第二次通盤檢討時，將舊酒廠原址變更為「歷史風貌公園用地」。
91 年 5 月	政府提出「挑戰 2008：國家重點發展計畫」，其中將本園區列為五大創意文化園區之一。
91 年 9 月 23 日	公告花蓮舊酒廠登錄為花蓮縣歷史建築
91 年 9 月	由原管理單位台灣省菸酒公賣局交由國有財產局管理
92 年 9 月	文建會委託花蓮縣政府代辦「花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案」，進行調查規劃。（黃文杰建築師事務所）。
92 年 12 月 8 日	行政院核准將園區撥用於文建會
93 年 4 月 23 日	「歷史建築 花蓮創意文化園區修復計畫暨調查研究」開始進行。（徐裕健建築師事務所）
93 年 12 月	「花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案」結案。（黃文杰建築師事務所）

⁷⁰花蓮縣文化局承辦創意文化園區業務的單位為「藝文推廣課」。

93 年 12 月	完成園區土地由國有財產局移撥至文建會
93 年 12 月	完成園區地質鑽探工作
94 年 1 月	「歷史建築 花蓮創意文化園區修復計畫暨調查研究」結案 (徐裕健建築師事務所)
94 年 1 月	完成訴訟遷移占用戶
94 年 5 月	第一期歷史建築修復工程開始進行(行政辦公室、餐廳、原料倉庫等四棟)(毅國營造有限公司)
94 年 6 月 9 日	公告「花蓮舊酒廠」廢止登錄，並就其中 23 棟建築重新登錄為花蓮縣歷史建築。
95 年 4 月 (10 月驗收完畢)	第一期 ⁷¹ 歷史建築修復工程完工(行政辦公室、餐廳、原料倉庫等四棟)。(毅國營造有限公司)
95 年 6 月	檢送「變更花蓮都市計畫(歷史風貌公園用地(二)為創意文化園區專用區)」申請書
95 年 8 月	完成花蓮文化創意產業研究報告(台灣經濟研究院)

資料來源：文建會；文建會文化創意產業發展計畫網站－大事紀

http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_08_92.htm

表 4-2 園區目前進行之相關工作(製表日期：2006 年 11 月 24 日)

園區目前進行之相關工作
1. 園區基礎設施暨景觀規劃設計與監造案(行遠國際工程開發股份有限公司)
2. 園區宿舍區歷史建築再利用修復調查暨設計監造案(張義震建築師事務所)
3. 園區紹興酒、紅酒半製品倉庫等建築維修統包工程案(毅國營造有限公司)
4. 賡續辦理「變更花蓮都市計畫(歷史風貌公園用地(二)為創意文化園區專用區)」並配合擬定細部計畫案
5. 重新核定「規劃設置創意文化園區」中長程 4 年計畫

資料來源：文建會

表 4-3 園區未來將進行之相關工作(製表日期：2006 年 11 月 24 日)

園區未來將進行之相關工作
1. 辦理「花蓮文化園區基礎設施暨景觀工程」發包
2. 辦理「花蓮文化園區宿舍區歷史建築再利用修復工程」發包
3. 賡續辦理「花蓮文化園區紹興酒、紅酒半製品倉庫等建築維修統包工程案」

⁷¹ 根據「花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案」內容，其規劃將園區建築物暨景觀修復分為三期修復。

- | |
|--|
| 4. 賡續辦理「變更花蓮都市計畫（歷史風貌公園用地（二）為創意文化園區專用區）」並配合擬定細部計畫案 |
| 5. 依採購法公開甄選「96年度花蓮文化園區經營管理及辦理開園系列活動」之團隊 |

資料來源：文建會

三、花蓮舊酒廠創意文化園區的園區定位

根據於民國九十三年十二月結案的花蓮創意文化園區整體發展計畫—「花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案」，其提出之園區定位，主要是以「文化」與「旅遊」作為該創意文化園區之發展主軸。

其後，於陳其南擔任文建會主委期間，陳其南主委為避免園區之定位讓外界誤認為過於著重商業化，因此陳主委調整其定位及發展策略為：提供全國社區營造點的訓練、會議與社區文化產業成果展示中心之「社造之家」與「青少年活動之家」之規劃⁷²。陳其南主委提出這個想法後，對於該案還來不及廣徵民意即離職，以致於該方案停留在想法階段，但此亦為主委提出的方案，所以其後文建會又邀集相關學者專家召開諮詢會議，對於花蓮園區重新定位⁷³。

在經過諮詢會議的討論之後，花蓮創意文化園區的規劃方向及發展定位還是決定以文化與旅遊連結為主軸。而筆者亦認為，花蓮園區之區位屬於花蓮市之中心商業區，再加上觀光旅遊為目前花蓮縣整體發展的重點之一，以如此之大環境觀之，花蓮創意文化園區若以「文化、旅遊」為發展主軸，將較「社造之家」與「青少年活動之家」更具發展的空間。

四、花蓮舊酒廠創意文化園區未來的可能經營方式⁷⁴

未來花蓮園區的經營管理方式，可能有三種模式：

第一種是以 ROT（Rehabilitable-Operate-transfer）的方式將園區委外經營。以目前狀況而言，因「挑戰 2008：國家發展重點計畫」是從民國九十一年到九十

⁷²陳昭義總編（2006）《台灣文化創意產業發展年報 2005》台北市：工業局出版，頁 216。

⁷³資料來源：黃龍興，花蓮，個人訪談，2006 年 10 月 26 日。

⁷⁴資料來源：黃龍興，花蓮，個人訪談，2006 年 10 月 26 日。

六年，明年的經費編列預算就結束了，但園區還有未修復的建築物。該情況可能就可以引進民間投資的方式來把未修完的建築物修完，並訂定一段經營管理的期限，可能十年、二十年讓得標廠商來經營。這樣的營運方式即是文建會將園區轉給廠商去經營，其方式畢竟為民間投資開發，園區的經營將較偏重商業。

第二種經營模式是文建會針對該園區成立一個園區專案管理中心來管理，在官方將建築物修復完成之後，專案管理中心以 OT (Operate-transfer) 的方式招商，可能是咖啡廳、或是樂團、或是一些可以帶動藝文、比較有理想性的團體等…，同樣訂定期限，但此方式的期限不若 ROT 這麼長，可能三年或是五年不等。這樣以成立園區專案管理中心的方式來管理園區，當然官方的主導性就相對於民間經營來的高。

第三種則是以成立基金會的方式來管理園區。以文建會向民間募款，成立官方與民間共同支持之財團法人基金會，由此基金會專責管理園區之運作，文建會則扮演監督的角色。這樣的營運模式，官方與民間共同成立基金，因此官方與民間的角色比重則介於上述兩種模式之間，基金會在經營管理上彈性較大；文建會也具監督的功能，而不至過於弱化。

至於未來花蓮創意文化園區的經營管理，將會採用何種方式，目前仍處於評估階段。但就現階段而言，由於花蓮園區建築物修復的第一期工程已完成，文建會將依採購法公開甄選「96 年度花蓮文化園區經營管理及辦理開園系列活動」之團隊。該團隊除了管理修復完成的第一期區域與辦理開園系列活動之外，在管理期限內也會辦一些測試性的活動，以作為日後園區內容調整的依據。若政府單位或民間團體有意於園區辦活動，也可以直接向該得標團隊申請。

第四節 相關計畫分析

探討花蓮舊酒廠創意文化園區的推動這個議題，我們無法單就園區本身來討論，因為這是一個地方空間發展議題，其必須先了解園區與周圍環境的關聯，才能進一步談到園區的發展，亦或是整體環境的發展；這除了是空間議題之外，它也為一個產業議題，創意文化園區所推動的文化創意產業其能量為何？或從何而來？這所牽扯的都不僅僅是園區本身的問題而已。因此，本節的重點即是藉由幾個與花蓮舊酒廠創意文化園區相關的計畫，以較高的著眼點，來觀察園區與周圍的關係，並加以分析其關聯性、影響性。所以本研究選取了「洄瀾 2010—創造

花蓮永續發展願景」、「花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫」與「花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計」三項與花蓮舊酒廠創意文化園區相關的計畫作一介紹與分析，期望透過對這些計畫的分析能夠更清楚整體的環境架構。

「洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景」是一個整合花蓮縣各面向的綜合型規劃案，該案對於花蓮創意文化園區而言，不論是文創產業能量或是空間發展上都有其涵蓋性的影響；而「花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫」與「花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計」則是兩條與花蓮創意文化園區相交的帶狀空間，鐵道綠帶與水道藍帶，這兩條帶狀的公共空間若能與園區在規劃上相互配合，對於該區域的整體發展將有正面的影響。

一、洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景⁷⁵

(一) 計畫緣起

花蓮是台灣的一塊寶貴處女地，也是資源分配下的弱勢角落，但分配到的資源與地區發展不符更是花蓮所需面對的主要問題。現階段的花蓮在產業東移、觀光客倍增、機場國際化、高速公路建設、文化創意產業、城市行銷、生態與永續發展等諸多政策之中隨波逐流，什麼才是花蓮真正需要的？什麼才是適合花蓮的？這個問題似乎才是最需解決的。此外，花蓮縣政府有感於花蓮正處地區發展之關鍵時刻，極需一個整合花蓮各地區發展面向的綜合型規劃，因此縣府團隊於民國九十三年提出「洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景」規劃案，該規劃案是經由全縣十六場座談會以及各界人士的智慧所累積的成果，其是以「永續」觀點來規劃花蓮縣長期的發展方向、藍圖以及策略，且打破以往不同空間體系以及分工體系下所造成的藩籬，而以全面的永續的觀點檢視花蓮的發展條件，以擘畫出屬於「洄瀾」的發展願景與落實機制。期計畫目標為⁷⁶：

- (1) 以永續觀點分析花蓮地區之發展機會與限制，為花蓮之未來發展方向定調。
- (2) 奠定花蓮「與國際接軌」的城鄉風貌建設藍圖基礎與落實機制。

(二) 計畫內容

⁷⁵參考自財團法人成大研究發展基金會（2004）《洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景》，花蓮：花蓮縣政府。

⁷⁶ 同上註，頁 1-1。

「洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景」規劃案首要的重點是以「環境」、「經濟」與「社會」永續作為其發展規劃的前提，其基本意涵為「如何在環境永續下，考量社會公平正義與社會價值，而尋求永續的經濟發展模式」。

在上述之永續原則之下，該案擬定了幾項花蓮縣整合性的發展方式。其研擬了適合花蓮地區發展的五大產業類型，其分別為：「觀光產業」、「健康無毒農業」、「優質生活產業」、「文化創意產業」與「綠色生技產業」。在整體發展的空間架構上則採取「三區雙軸一心」，三區是指花蓮縣北、中、南三區，其分別擬訂為「旅遊樞紐與創科產業區」、「基礎與新興產業區」與「健康養生區」；雙軸是指「花東縱谷優質生活軸」與「太平洋海岸景觀軸」；一心則是洄瀾之心—花蓮市。在全縣的核心發展區—洄瀾之心的部分，則以「洄瀾雙心」作為花蓮市的發展模式，以「舊都心」與「新都心」相互連結，欲以環狀輕軌串連各城市中大小節點，帶動花蓮市發展，進而引領全縣向上提升。

此外，該規劃案也進一步針對花蓮縣各鄉鎮，擬定了適合各鄉鎮之未來發展願景與落實計畫。

在執行部分，該規劃案將落實願景的執行方式歸納為八大發展部門，其分別為：「土地使用」、「交通運輸」、「觀光」、「經濟」、「文化」、「建築與景觀」、「教育與資訊」、「環境」。落實該案的行動方案則有短、中、長期之分期規劃，因此該案最終優先訂定了十二項推動工作，其分別為：「縣民共識」、「以新產業東移為訴求，積極與中央對話」、「蘇花高配套措施及整體運輸系統整合計畫」、「空間使用計畫的調整與總體整合計畫」、「開發行為的監控與管制」、「觀光品質的提升與行銷」、「以城鄉總體營造策略推銷精緻農業」、「以事件與藝術家進駐來推動文化創意產業」、「新產業園區的爭取與正確定位」、「組織的調整與整合」、「人才的培育與培力」、「財源的開拓」。

（三）對「舊酒廠創意文化園區」之影響

在「洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景」規劃案之中，與舊酒廠創意文化園區相關性較高的部分即是發展文化創意產業，「洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景」規劃案亦對於文化創意產業在花蓮地區的發展需求、潛力、限制與策略等各方面皆提出了完整的說明，在此筆者從中提出幾點較為關鍵性的課題加以論述。

（1）中央政策與地方行動尚有落差：該規劃案 3.4.4 提到，中央政府雖對於文

化創意產業積極推動但仍處規劃階段，地方政府大多處於被動狀態而尚未能主動策劃文化創意產業的發展內容，此對於文化創意產業的具體發展將有不利的影響（成大研究發展基經會，2004，頁 3-28）。筆者亦認為，要發展花蓮在地的文化創意產業，若以中央政府主導的方式執行，在策略擬定與執行工作上易與地方實際需求產生差距；反之，地方政府對於在地情況的掌握度較高，在策略與執行的工作上與在地亦有較高的契合度，所以地方政府若有主動策劃的權限，對於該產業的發展應較有利。

- (2) 文化創意產業的發展內容：在該規劃案 3.4.4 中表示，花蓮較具發展潛力的文化創意產業目前為「石藝」與「新莊園經濟」。就石藝而言，該產業在花蓮已發展多年，已建立了一定的知名度與水準，若能對其加入新的資源或創意，應能有更有的成績；在新莊園經濟部分，筆者認為新莊園制度是為一種適合創意文化產業發展的架構，即根據規劃案中提到，新莊園經濟本身即為「創意生活產業」，從中更可發展出「建築設計」、「環境設計與傢俱設計」等設計產業。但上述由莊園中發展出的各類設計產業其只是一個框架，其中的內涵為何？筆者認為「內涵」才是主要的課題。在該規劃案的 S.W.O.T 分析表中寫到，「多樣人口組成，帶來豐富多元的族群文化，也形塑了花蓮新的人文風貌與獨特文化，其成為推動文化、觀光、產業立縣的良好良好基石」。在規劃案的第十三章－「文化」部份亦提到這個重點，筆者認為這個優勢即是發展在地文化創意產業的有利基礎，這些從多元環境中所激發出的新人文風貌與獨特文化，有些是需要透過尋找、挖掘才得以顯現的在地元素，讓這些在地元素若融合新的創意而與現代生活產生連結，使其可成為現代生活的一部分，成為一種新的在地元素，而這些新的在地元素即可融入於適合的位置，例如在新莊園制度的架構中，可從其建築、飲食…等形式上展現，而成為產業的一部份。筆者認為，以上述模式發展文化創意產業，似乎才可使文化創意產業更在地、更豐富。
- (3) 文化創意產業的空間規劃：在該規劃案 8.2.2 當中，其表示以舊酒廠閒置空間規劃的創意文化園區應定位為創作者、生產者、消費者三者交流的平台，讓消費者可以在此購買創意產品，也可經由創作坊的設立讓消費者了解產品的內涵。此外，筆者認為舊酒廠創意文化園區位處花蓮市的中心商業區，該空間亦可採取複合式的經營，讓空間的機能更多元，以期能夠兼顧觀光服務與在地生活需求。另外，該規劃案指出，美崙工業區將轉型為

創意產業園區，配合文建會推動文化創意產業，將創作者的創意融入石藝加工的過程中，美崙工業區內應以列入新興產業之獎勵方式，鼓勵石製品業者參與「創作者駐廠計畫」，以期待創意產業園區為洄瀾石藝開創新局。整體而言，創意產業園區屬於製造層面之生產園區，有別於位處偏向消費端的創意文化園區，在該產業鏈之中可以放入的，除了石藝之外，應該還有許多值得發展的產業，筆者並非不贊同美崙工業區發展石藝工業的計畫，但延續上一段所言，花蓮應發展更多元、更豐富的文化創意產業。因此，美崙工業區應融入多種類型的文化創意產業，使園區內之產業群聚效應發酵，相互激盪出新的火花。

二、花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計⁷⁷

(一) 計畫緣起

花蓮市之都市空間有許多穿過城市的溝渠，這些溝渠水圳所織成的水道都市紋理在七零年代經濟起飛時開始逐漸消失。但由於近年來花蓮市開始興建污水下水道，昔日被遮掩的水道似乎有重新被打開的契機。花蓮要作為一個觀光休閒的城市，都市內細緻的人文空間亦是除了自然山水之外須營造的部分。因此，探究花蓮市的都市水道，對其人文特色與水道的再利用作評估與規劃，將有助於釐清觀光休閒的資源潛力在為何。花蓮市的溝仔尾水道是花蓮市都市水道系統人文特色與再利用的關鍵案例，溝仔尾夜市是伴隨花蓮人成長的生活場域，凝聚了許多人的共同情感與記憶。但因溝仔尾的溝上屋舍多年來一直在拆與不拆之間辯論，溝仔尾未來又將在花蓮的都市空間中扮演什麼樣的角色？其未來的空間形式為何？這是須以更深廣之社會文化的角度來探究。

而該計畫的目的為：花蓮如何利用這樣的機會翻轉過去老舊的、落後的都市意象，並透過怎樣的過程與觀點，鋪設出展現花蓮特色的空間、文化與社會的舞台，是這個可行性評估的目的⁷⁸。

⁷⁷ 參考自財團法人台灣大學建築與城鄉研究發展基金會（2005）《花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計 結案報告》，花蓮：花蓮市公所。

⁷⁸ 同上註，頁 1-1。

（二）計畫內容

「溝仔尾」因其地點在自由街排水溝尾端，因而得名。在日據時期其因鄰近火車站，因此該區域即是一個提供飲食與娛樂的商業區；到了民國四、五十年代，溝仔尾已是頗負盛名的風化區，茶室、特種營業、戲院遍佈，其夜晚是一個燈紅酒綠的繁華世界，然而白天卻是清澈美麗的水圳。溝上人家的形成是於民國四十年花蓮大地震，政府為安置災民，而與商業會合資在中正路與南京街之間的溝上搭建房舍，之後有意願的居民再向商業會承購，此時居民已不一定是災民；至民國五十六年，由於興建綜合市場，因此台灣銀行一帶的攤販集中至南京街至福建街的水溝上，當時僅為臨時性的安置，但因在此的生意較為興盛以致於當時的攤販逐漸在此定下至今日。隨著民國六十八年北迴鐵路通車，火車站遷移，導致溝仔尾人潮短少，而政府大力掃蕩特種營業的政策，亦是導致其沒落的原因。今日的溝仔尾雖仍是商店林立，但屋舍老舊環境不良，且現今的商業重心已有所改變，現況為越近中正路、中華路區段越為熱鬧，而近舊站之南京街至福建街區段則較冷清。

「花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計」之計畫目標即是藉由討論過程產出各種不同觀點，進而提出一種由下而上凝聚集體記憶與地方風貌的發展架構，並研擬課題與對策，以及對於未來可能規劃之方向進行評估，以作為花蓮市舊有水道系統再利用評估之示範，並期納入花蓮市整體觀光休閒之考量，使該可行性評估研究未來可納入國家中長期公共建設計畫體系中。

目前規劃單位對於溝仔尾地區未來所作的定位為：一個結合歷史記憶、有水的景觀廊道公共空間。並配合水圳兩岸街道商家，作為有餐飲、娛樂、尺度人性的徒步商業夜市⁷⁹。至於在規劃手法上主要有「遷移」與「保存」兩種模式，在經過多次討論，初步傾向從「保存」的方向出發來發展規劃構想。

若溝仔尾要以「保存」模式進行規劃，都市計畫變更即是一項必須面對的課題。溝仔尾水圳在現行都市計畫中為「計畫道路用地」，若要保存現有地景，或許可以從文化資產法的「文化景觀」出發，以溝仔尾文化之歷史事件、社群生活故事…等，將溝仔尾水道、溝上人家及其兩旁店家劃為「溝仔尾文化景觀區」，使其溝上人家景觀具合法地位。

其短期構想，首先針對店家鄰水面進行環境整理，拆除遮蔽水面的部分建

⁷⁹同上註，頁 4-4。

物，在於鄰水面增設公共廊道與公共空間，加強商家與水道的聯繫，並，強化“溝上人家”之水與店家共存的意象。至於中長期構想，則是期望搭配花蓮污水下水道工程的完工，使水道中水質清澈，打開林森路至中正路區段水道，使其成爲可親水的藍帶走廊；福建街至重慶路段，規劃爲室內水景長廊，使上述兩區段連同中正路至福建街之溝上人家形成完整的「文化景觀區」，此外林森路至中正路區段需與明義國小與舊酒廠創意文化園區共同規劃；福建街至重慶路階段需與洄瀾之心（六期重劃區）、重慶市場進行整體規劃。

未來溝仔尾的改建是由市公所出資整建公共空間，並補助商家修繕建物，整體改造完成後產權屬市公所，由市公所與商家簽定租約方式經營該空間。整體環境品質雖可因此提升，但溝上商家的營業空間勢必減少，在空間分配的問題上待未來實際調查商家之去留意願，再作出確切的補償或遷移安置辦法，目前重慶市場爲大家較有共識的安置地點。

圖 4-6 溝仔尾計畫範圍位置圖



資料來源：本研究繪製

(三) 對「舊酒廠創意文化園區」之影響

在《花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計》之中長期規劃提到未來可能打開林森路至中正路區段水道，使其成為可親水的藍帶走廊。在《花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 結案報告書》中也初步規劃廠區鄰明義街之圍牆將拆除改為開放空間，若相鄰水道屆時也能重現，在規劃上能共同思考，對兩者皆有加分的作用。

此外，由於溝仔尾之溝上人家商店街的形成與發展是由不同時代、不同類型的社會文化因子所累積而成，其空間內容的複雜性、豐富度也較相鄰之舊酒廠、舊鐵道來的高，這樣一個多元的特色即是再造溝仔尾從「保存」出發的重點的價值，整個場域所蘊含的時代紛圍是保留的主體，這也規劃單位欲以「文化景觀」

變更該地區使用項目的原因，但改造過後的溝仔尾是否能夠保有現存之空間感受，這是筆者存疑的。就周圍環境而言，保存溝仔尾這塊蘊含社會文化多元性的歷史場域，對整體區域將具有增加多元性與時代感的正面的影響，對於花蓮市的地方魅力也將有所提升。

三、花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫⁸⁰

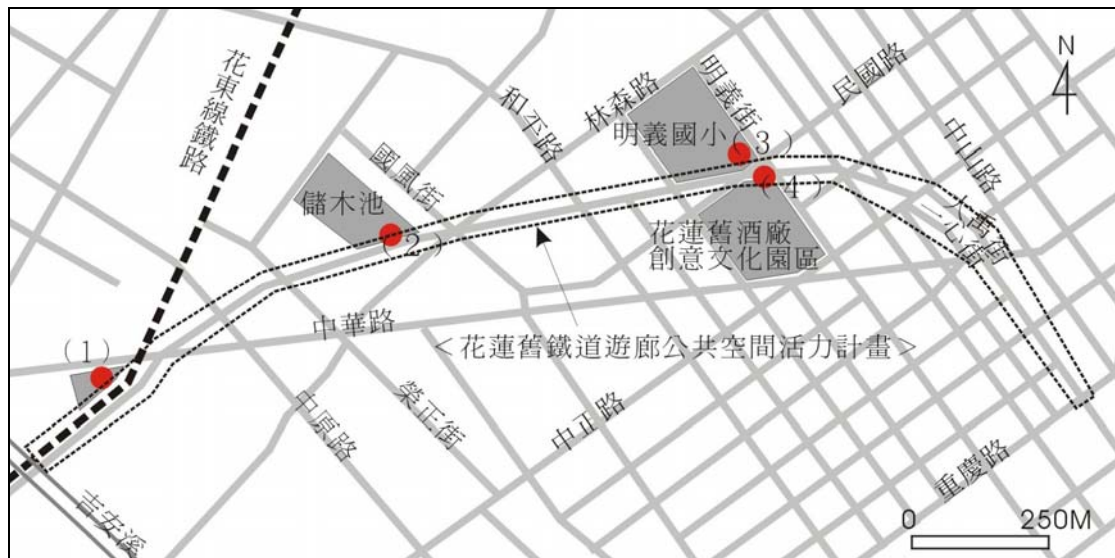
(一) 計畫緣起

舊鐵道指的是北迴鐵路通車之前一段穿過花蓮市的鐵道，全長 1.8 公里，1979 年北迴鐵路通車，花蓮市火車站遷移、鐵路改道，舊鐵道失去鐵道功能，1989 年市公所將鐵道舖上柏油做為通路，2001 年花蓮縣政府辦理「變更花蓮都市計畫第二次通盤檢討」，當時相關學者認為該段鐵道深具歷史意義並應妥善保存，因而將該段舊鐵道作整體規劃。

這段舊鐵道在都市空間中所扮演的角色從鐵道轉變為景觀園道，其與都市的關係也由切割都市轉變為凝聚都市生命的拉鍊。該段鐵道所經過之區域包含歷史、人文、生態等面向，透過鐵道的重新規劃可使週邊空間有所連接。而「花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫」即是對該空間作一適當的規劃，使舊鐵道產生空間媒合的功能，該計畫除了實質的空間規劃之外，也在尋找市民公共生活的活力；如何讓鐵道空間具有公共性並公共化是該計畫的重要課題，民眾的參與即是促成公共化的主要手法之一，該案並採滾動式規劃，以足夠的時間讓居民醞釀自己的想法並相互溝通，讓空間逐步改變。

⁸⁰ 參考自經典工程顧問有限公司、財團法人台灣大學建築與城鄉研究發展基金會、新象社區交流協會（2005）《花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫 結案報告》，花蓮：花蓮縣政府。

圖 4-7 舊鐵道遊廊公共空間活力計畫範圍位置圖



資料來源：本研究繪製

(二) 計畫內容

「花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫」除空間的規劃設計外，民眾的參與活動也是該計畫的主軸，除座談會之外，也利用老照片、繪畫、說故事或攝影比賽等…活動讓大人與小孩都能認識舊鐵道及其周邊的環境，不論是對現況與過去的認識，甚至對於未來的願景皆可以透過活動的參與來表達自己的意見。此外，在經各方討論之後，選定了舊鐵道沿線的三個位置施作先驅工程，其分別為明義國小活動中心前廣場與馬路對面三角公園簡易綠化空間、儲木池的觀鳥平台設置以及田浦車站的樹屋搭建。先驅工程的規劃皆是經規劃單位、相關學者與當地居民共同討論的成果，在田浦車站樹屋搭建的部分甚至有周圍學校學生參與實作。這些小型的空間改造不僅是環境上的改變，在民眾參與的過程中也喚起居民的對環境的關心，而其粗胚型式的改造工程也預留了後續的改變空間，即以滾動式的方式使環境的改變具有生命力。

在經過各方的討論與協商之後，規劃團隊對於舊鐵道也作出了對舊鐵道的規劃構想。舊鐵道是一條優遊於花蓮市的遊廊，是一個讓居民或遊客輕鬆漫步、體驗地方氛圍的空間，在策略上是可以自行車或徒步等慢速的交通方式，讓民眾在遊廊中活動。該計畫依照舊鐵道中各區段不同的特性訂出各區段規劃的风格主軸，在舊火車站端點至和平路之商業區段有許多特色小店可讓人體驗花蓮的在地風味，進而可以各商店之特色與立面景觀，加上公共空間的視覺意象、街道傢俱

等設計來增進店家街區的風采，該計畫中將此區段之規劃稱為「點燈計畫」⁸¹；和平路至田浦車站這一段進入了生活鄰里區，這一區段的規劃則是欲營造一個具有居家風味與輕鬆氛圍的空間，並以綠色廊道為主體，連接儲木池構成一個生態區，該計畫中將此區段之規劃稱為「生活沙發」。

由於鐵道為線性空間，該計畫也欲透過遊廊連結沿線的各大結點，此稱為「串珠計畫」，其連結點依序為：鄰海的舊火車站之舊鐵道歷史場域；明義街、自由街與溝上商店街；舊酒廠創意文化園區；明義國小；林區管理處儲木池；田浦車站的老樹群。依其整體規劃而言，舊鐵道將會是一條串聯歷史、人文、生態、商業等多面向的城市遊廊。

（三）對「舊酒廠創意文化園區」之影響

「花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫」對於「舊酒廠創意文化園區」的直接影響主要在於舊酒廠北端與舊鐵道交界處，即現在的三角公園，舊鐵道之規劃單位是將三角公園與明義國小活動中心前廣場選定為先驅工程施作點之一，但由於舊酒廠該部分之細部規劃還未定案，所以目前對於此先驅工程之設計是著重於明義國小前廣場，使其廣場使用性提高，而三角公園先作簡單的環境整理與座椅的增設，以增加民眾休憩空間，並待未來舊酒廠之規劃再與三角公園空間作合併的思考。

若依據《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案》之報告書內容，園區北端明義街與民國路之交叉區域初步規劃為一開放性的廣場，該廣場連接舊鐵道之人行動線，加上明義街與民國路原有的交通量，甚至將來明義街水道重現，該結點將成為舊酒廠創意文化園區、舊鐵道綠帶與水道藍帶之相交點，其除了將成為進出園區的一個重要出入口外，亦是市區中的一個重要交通節點。因此，此區的規劃勢必成為未來舊酒廠、舊鐵道與明義街水道三案必須共同面對的挑戰。

除了上述之直接關聯外，我們若將視野拉大，所看到的是舊鐵道的串聯功能，誠如該計畫之串珠計畫串起沿線的各個據點。將來舊鐵道如能有良好的連接功能，如該計畫中提到的安全的人性化交通設施，如步道、腳踏車道，筆者亦認為以人性的尺度來營造舊鐵道空間，讓該空間中的流動步調放慢、流暢度提高，

⁸¹該計畫不包含已完成的第一期工程（中正路至明義街一段），但在多場座談會中出現許多對於一期工程的檢討意見。

才能使沿線的據點與人拉近距離，進而串聯起每個據點。在此，即衍生出另一個課題，舊鐵道與沿線據點的銜接問題。以該計畫而言，在先驅工程—三角公園部分之討論階段，即與舊酒廠的規劃單位黃文杰建築師進行了事前的溝通與討論，舊鐵道規劃單位也舉辦舊鐵道與舊酒廠相關的活動以連結兩者。另外，鐵道文物館、蒸氣火車復駛計畫、大與街一心街商圈等…正在進行的計畫，舊鐵道規劃單位也與其所屬各單位有所聯繫，如此的相互溝通是必要的，否則各做各的缺乏協調，使得雙方力量相互抵銷，唯有經過溝通才能使雙方的力量加乘，達到雙贏的局面。

第五節 園區活動紀錄—第三屆洄瀾國際藝術家創作營⁸²

一、活動介紹⁸³

洄瀾國際藝術家創作營，是花蓮舊酒廠創意文化園區修復案第一期完工以來第一個進駐舉辦一個活動。這個創作營是由花蓮縣文化環境創造協會與英國「三角藝術信託」(Triangle Arts Trust)聯合運作，為國際藝術創作營、藝術家進駐網絡之一，首次創作營是於1982年在美国紐約開始，之後也在許多國家接連舉辦，其任務即是擴張創作營的網絡，加強國際藝術家互動。而花蓮已是這個國際創作營動力的一環，也是台灣當代藝術家在國內與國際藝術實質交流的定點之一。

該創作營是一個文化藝術實驗的工廠，其並非一個制式的組織，它是一個自由的空間讓各種不同背景、不同類型的藝術家一同創作交流，鼓勵創作者勇於冒險與實驗。其主要目的為：

- (一) 透過一個有助於藝術探索的環境，鼓舞各類藝術創作的更大可能之實驗。
- (二) 以亞洲、環太平洋、非洲、歐美等，特別是我們鄰近國家的藝術社群，擴大、拉長充滿活力的新連線與網絡。
- (三) 培育一種在公眾領域中，討論不同文化背景藝術家的不同藝術創作脈絡之

⁸² 2006 Hweilan International Artist Workshop；資料來源：潘小雪，花蓮，個人訪談，2007年4月23日。

⁸³ 資料來源：<http://2006hweilan.blogspot.com/>

氣氛。

(四) 創造屬於該地區的文化空間，以及具文化產值之動力基礎。

(五) 提供文件給教育與國際網絡，製作有品質的目錄解說光碟及其他各種媒體之文件。

二、該活動選擇於花蓮舊酒廠舉辦的原因

根據筆者對該活動策展人潘小雪教授的訪談，潘教授表示會選擇花蓮舊酒場為活動地點之因素，主要有幾點。因為潘教授本身為文建會的委員之一，知道舊酒廠未來將有藝術村的規劃，加上園區內的空間都還尚未使用，所以潘教授就提出以這個活動先到園區內做做看的構想，也讓各地的藝術家們來看看這個空間。再者，舊酒廠園區第一期修復剛完工，雖然裡面空空的，但其建築空間很吸引人，例如第一棟行政大樓就給人有一種日本或是西班牙式等…風格融合的感覺，在這樣有趣空間中，除了辦活動之外，亦是期望在該創作營中，可以給予這個空間很多的想像，並賦予它意義。

潘教授表示：我們對空間的摸索，光是這樣就很有趣，好像小孩子玩辦家家酒的時候，這裡是什麼，那裡是什麼。加上該創作營是以自由、不受拘束的方式讓參予的藝術家發展自己的創作，並相互交流，以至於讓各個藝術家在園區的不同空間產生各種不同靈感的發想，創作出原創自我的作品。

但若園區有經營者管理，園區開放時間朝九晚五，藝術家創作時間受限，空間受限，或有其他限制而無法自主並無拘無束的自由創作，在這樣的情況下，潘教授表示就不會在此舉辦該創作營，因為自由度不足。

在與潘教授的訪談當中，潘教授時常以「玩」這個字眼來表達藝術家們在園區裡創作工作的用詞，由此筆者可以深刻的感受到該創作營自由的風格，以及在園區空間中自由奔放的創作過程。但潘教授也強調，在藝術家玩的過程中，旁邊還是要有一個策劃的人，亦是冷靜的觀察者來思考空間的問題，對其活動與空間作觀察與研究，再把這些資訊交給未來的進駐團隊，這樣對於該空間的未來發展

才有益助。

三、在活動中所遇到的問題為何？

在活動中，由於有些藝術家是屬於音樂創作類型的藝術家，他們會打非洲的金貝鼓，潘教授表示曾經因為鼓聲回音太大，加上時間也太晚，而被環保局警告。但後來經過測試，因考量周圍的住家與店家晚間的安寧，該園區若舉辦晚會，應不要超過九點。若未來園區設施完善時，有演唱會或音樂會也可以在室內舉行，以降低對周圍社區的影響。

另一個問題則是停車位不足的問題，在開放參觀時人潮多，停車位不足，這是一個問題，在未來的規劃上應提出完善的解決辦法。

在現階段的管理上，主管單位文建會對於建築物的使用有所規範，例如不能在牆上釘東西、貼東西。對於性質自由的創作營而言，是一種限制。但這樣的規定是爲了保護建築物，筆者認爲爲了建築物的完整而使活動有所限制也是無可厚非的。

四、對於舊酒廠空間的感受為何？

花蓮舊酒廠在市區中間置多年，與周圍環境脫節是眾所皆知的事實，舊酒廠與外界的關係是隔絕的，「隔絕」這樣的字眼表面上看來對於該空間似乎是負面的。但在訪談過程中，潘教授提出了他不同的看法。潘教表示爲這樣「隔絕」的感覺是應該把發展出來；或是要「打開」這個園區，其實是可以討論的。如果以藝術家進駐而言，當然是隔絕、不受人打擾，像是個烏托邦一樣才好。但若以城市居民而言，對於園區又是另一種感受，有沒有可能除了單純的打開園區之外，在花蓮市的生活圈中你若突然踏進園區，對它的感受是另一個世界，而這種感覺或許是不錯的，也一種特別的經驗，那這種既隱密又公開的感覺要怎麼處理，這是需要去設計的。

而未來設計者規劃園區應該事先問問使用過那個空間的人，例如這個創作

營，或是接下來要經營的橘園團隊，而創作營或經營團隊應誠如第一段潘教授所言，需有一個冷靜的觀察者來建立活動過程的記錄資料。但潘教授表示，比較遺憾的是，創作營結束之後，與文建會並無資訊的交換，而筆者認為這樣的資訊溝通機制在未來應是必須建立的。

五、藝術家、藝術管理公司與民眾參與三者的關係

洄瀾國際藝術家創作營是一非常自由而且原創性高的藝術營，因此這樣的藝術家進駐創作與藝術公司進駐管理是非常不同的。潘教授表示，藝術家有熱情、創作力旺盛，但組織性弱；藝術公司較無奔放的熱情，但組織力強。潘教授舉了台北華山的例子，早期華山也是藝術家在裡面玩，辦過許多活動，但時間久了文建會或是地方民代總是希望那裡有個清楚的定位，因此藝術團體就逐漸退出，而由藝術管理公司進駐管理。此外，花蓮市本地的松園亦是如此，在藝術公司進駐管理之後，重管理而輕活力，使松原漸漸的失去了在地性與親和力，而地方的能量也在這樣的情況下逐漸消失。

由上述文字我們可以知道，園區運轉可能的主軸有二，一是由熱情的藝術家去玩；二是由組織力強的藝術公司去管理。「熱情」與「組織力」能否兩全？潘教授表示，台灣在這方面還需要有地方去實驗、測試。

除了以藝術家與藝術公司之外，以大眾觀點來看創意文化園區的發展，更是一個重點，因為創意文化園區是一個市民皆可使用的公共空間。在這個部份，潘教授表示以大眾觀點而言，還是以藝術公司進駐園區管理比較適合，而民眾的參與也相當重要，但比較可惜，舊酒廠在民眾參與這個部份是沒有的。

而為什麼以大眾觀點而言，創意文化園區是以藝術公司進駐管理比較適合？潘教授以自身為一個原創性藝術家的身份來談管理個問題，她表示對於園區，藝術家雖然有創造力，但並不適合經營，因為像參予這次創作營的藝術家是絕對自由、不受干涉的，對於一般實際的管理方式並不合適。

因此，回過頭來看花蓮舊酒廠創意文化園區未來的發展，目前園區第一期完

工的部份 2007 年是由橘園團隊進駐管理，若將來有規劃藝術家進駐園區，要如何將藝術家的創造力融入園區、融入市民的生活？潘教授表示，應該要找另一類的藝術家，他是非原創的，而是較貼近生活的，例如手工藝、產品設計或生活設計這類的，而且也較符合目前文化創意園區的規劃。

六、園區的文化能量

在訪談的潘小雪教授之後，筆者認為花蓮舊酒廠創意文化園區若要永續經營，其藝術與文化的能量必須有長期的來源，除了在地的文化能量之外，這類的國際藝術家創作營亦是一種文化能量來源。即這些文化能量除了在地的，也可以有外來的，使在地的藝文界與外來的藝術家能夠有所交流，激盪出不同的火花。然而，潘教授表示這類的創作營是非常原創、極度自由的，它或許無法常態性的在園區裡進行活動，但筆者認為適度的帶入這類藝術創作，對於園區的文化能量猶然是一種幫助，經由藝術家巧妙無形的轉化，亦可將這些原創藝術融入手工藝、產品設計、生活設計之中，使園區中的文化與藝術能量更充實、更多元。

第五章 花蓮舊酒廠創意文化園區未來發展之探討

本章的內容是針對花蓮舊酒廠創意文化園區未來的發展作一探討，其主要分為三個部分，首先就官方對於花蓮創意文化園區的規劃構想作一重點介紹；另外兩部分，筆者試圖探討創意文化園區的未來發展，其討論脈絡則延續本論文第二章第二節對於創意文化園區功能之分界－創意文化園區以「文化」作為基礎，分對「產業」與「空間」兩面向所產生的影響來作論述。

在官方資料中對於花蓮舊酒廠創意文化園區的歷史、環境以及園區未來的空間規劃與經營方向之可能性提出了一系列的調查與計畫，而本研究欲以較單純的將創意文化園區以「產業」與「空間」兩個主軸來作深入剖析，以期可以得到與官方資料不同面向之研究結果。

第一節 花蓮舊酒場創意文化園區之規劃構想

文建會於 2004 年委託黃文杰建築師事務所作了一份報告書－《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案》，該報告書為花蓮舊酒廠創意文化園區之整體規劃的最上位計畫，其後園區之各計畫也將依循該計畫之原則來進行。本節即將該報告書中對於花蓮舊酒廠創意文化園區的規劃內容作一重點式說明⁸⁴。

一、園區願景描繪⁸⁵

依據《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案》，其中在園區規劃概念與空間規劃構想之部分，其將園區願景再造分為五項：

- (一) 都市中的綠洲：園區空間由舊有的灰色工廠區域將轉變為都市的綠色地帶，為人們舒展身心的小天地。
- (二) 人與自然共生的場所：未來園區為一個人與自然共生與對話的場所，謙卑

⁸⁴ 該報告書對於花蓮的文化產業資源與園區的整體規劃均有相當完整的調查與論述，但由於篇幅限制，因此筆者在此僅將其規劃內容重點式的寫出。

⁸⁵ 黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，台北：文建會，頁 136。

讓我們對永續環境塑造更進一步。

(三) 生活與體驗的空間：未來園區的型態是融合的，處於人與自然、新與舊、工業與自然之間，對於環境有正面的意象，其為一種新的空間體驗，傳達一種新的生活型態。

(四) 顯現地方特色與形象認同：在地精神的顯現與特有優質形象的塑造，需以文化、產業、空間與經營管理為基礎，結合區域中之計畫，為地方帶來經濟利益也對文化形象有正面的幫助，並進而產生認同。

(五) 多重目標的文化創意園區：

近期目標：1. 創造一個以人與自然為主的，讓人能悠閒漫步的生活場域。

2. 文化與產業的創意結合，提供一處可以交流的平台，讓產業再加值，文化認同的層次更加深化。

3. 透過文化的學習、體驗與消費，提供參訪旅客一個印象深刻的自然生活場所。

4. 文化创意與觀光旅遊為發展主軸，為振興區域經濟提供一個絕佳的擴散點，為區域的環境產生正向的提升。

遠期目標：1. 從個人的角度，創意文化園區是以人為出發點，充滿著生活品味以及生動的街景，更是能夠讓人悠閒漫步的生活場域。

2. 從地方的角度，她是地域產業振興的契機、地方文化的象徵。

3. 從職場的角度，她是文化藝術與產業經理政策之融合與具體實踐。

4. 從產業的角度，她是國家文化创意產業發展成果的全球窗口。

5. 從全球的角度，她是台灣文化躍上國際舞台的表徵。

二、園區發展推動策略⁸⁶

在園區機能轉化的部分，該報告書中提出「文化釀」的概念作為園區轉化的脈絡，其「釀」的概念即是源自於酒廠之釀酒舊有機能，其所指的是一「釀」是一段時間、是沉澱、是美好的轉化過程，由單純的原料狀態變成融合的有機反應，

⁸⁶黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，台北：文建會，頁 137-143。

亦是由過去的過度發展到靜置沉澱，再到轉化成異質空間的美麗體驗。而現今處於轉型階段的舊酒廠亦能猶如釀酒一般經過時間的轉化與再造，而成爲一個城市中優質的公共空間，在空間機能上，能夠找到適合的新運轉機能，使該空間再度活化。而「文化釀」則是以「人」爲主軸的一種釀製過程，以人爲主軸之外，空間、事物與時間也是釀製過程中所考量的因素。其整體概念所指的是，透過長時間的嘗試，人們在該空間之中可以產生什麼活動，這些活動是對於我們的生活是有益的，透過這些活動使該空間活絡，而空間的活絡亦帶給整體城市空間正面的影響。亦或是說在長時間的醞釀下，於舊有的文化基礎上，我們可以產出什麼新的文化，這些新的文化是適合於當地的，對於民眾來說新的文化也是一種新的生活體驗，而上述整體的改變主要是透過長期的規劃與嘗試使民眾的生活品質得以提升，而非一蹴可成近視短利的操作方式。

表 5-1 園區轉化脈絡分析表

	過去	未來
場所精神上	酒類的生產、營利；一個固定保障的工作場所；(some people)	在地特色、公益性；一個美好生活的所在；(all people)
環境上	輕工業、勞力密集；環境污染；Gray area	知識型、體驗型經濟；環保永續概念；Green area
形式上	製酒空間形式；時代風格	保留原有真實性；加入新元素
機能上	製酒用途、流程	創意文化產業的平台；學習、體驗、消費

資料來源：黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，台北：文建會，頁 137。

三、園區產業引入機制⁸⁷

未來園區產業的引入主要是以「創意」爲核心而延伸的八個向度爲引入原則，其分別爲：

文化（Culture）：廣義的定義為整體生活型態，為文化尋求各種表現方式，進而塑造優質洄瀾生活意象。

休閒（Relax）：以主流消費產業，結合優質城市意象為導向，創造悠閒生活風格。

教育（Education）：學習功能置入，提升產業的創意核心價值，厚植地方創意產業深度。

⁸⁷黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，台北：文建會，頁 144。

藝術 (Art)：提供實質的輔助策略，並結合當地的文化藝術核心與產業促使文化產業化、產業文化化。

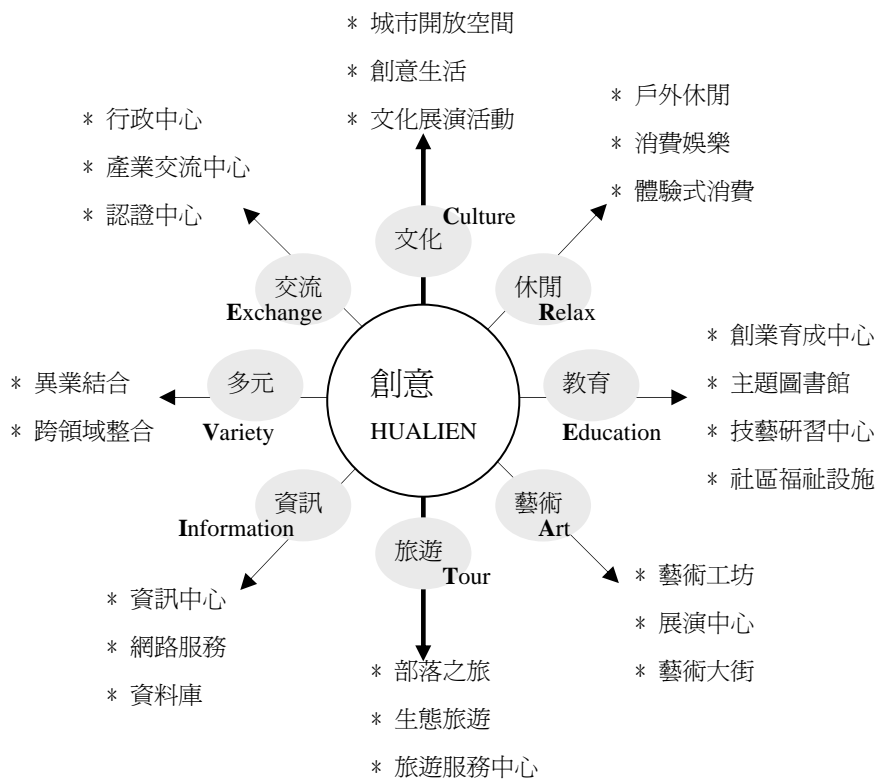
旅遊 (Tour)：結合豐厚的自然景觀及人文資源，深入體驗式旅遊導向，提升至國際旅遊視野。

資訊 (Information)：藉數位科技及網路通信，打破實質空間的限制，擴大接觸創意文化產業的途徑。

多元 (Variety)：以多樣性、包容性為訴求，將外來的影響進而轉化為地方上符號性的創造力。

交流 (Exchange)：為多元化的精神提供實質的交流設備與環境。

圖 5-1 園區產業引入示意圖



資料來源：黃文杰建築師事務所 (2004)《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，台北：文建會，頁 144。

第二節 花蓮舊酒廠創意文化園區產業面向之發展探討

創意文化園區是一個功能性相當多元的空間，就產業面而言，園區欲以創意結合「文化」與「產業」，以發展文化產業，而發展過程中，必有許多課題需要面對，有許多環節需要探討。而本節內容即是以花蓮舊酒廠創意文化園區之產業發展面向來作一探討。而筆者試圖由基礎的地方文化力提升、到文化產業的推動以及文化產業的行銷…各個環節的討論，來對園區之產業發展作一系統性的探討。

一、提升地方文化力

「文化力」簡單的說，就是傳播自身文化和吸收世界其他文化的能力。前者強調的是吸引他人欣賞自身文化的能力，後者強調的是學習的能力（劉大和，2005，頁 8）。若從文化產業經濟學的角度來看文化力，文化產業表現的優劣與主事者的文化素養和文化實踐力有著緊密的關係，企業或是社會對於文化作為一種經濟力的意識，以及如何將文化轉為經濟優勢就是「文化力」的一環（劉大和，2005）。

我們由上述概念可知，若要發展文化產業，首先社會整體環境必須具有足夠的文化力，而創意文化園區則必須肩負著文化力提升的功能，廣義看來，這也是園區所扮演的教育功能，所以未來在園區的運轉上，傳播自身文化與吸收其他文化的功能是等同重要的。園區若要具備上述功能，首要即是要建構完善的「文化服務⁸⁸」系統，它對於文化的傳遞是一體兩面的，一方面是傳播、一方面是接收。在此筆者必須強調，文化服務並非只是單純的提供硬體之文化展演設施，而是包括軟體的經營，即展演的安排、各式文化活動的舉辦等，若僅有硬體而缺乏完善的軟體配套，就如同許多地區為人詬病的閒置空間再利用案例，硬體設備修繕完成，但因後續無人管理或經營不當而無人使用，不但使空間再度閒置，更是浪費資源。

提供完善的文化服務系統對於人稱後山的花蓮更顯重要，以台灣地區而言，如有國內外團體舉辦文化活動，舉辦的地點往往是選在北高兩市或西部其他城

⁸⁸ 文化服務之定義請參閱本論文頁 36。

市，花蓮似乎成爲文化邊陲，以致於花蓮當地民眾參與文化活動的機會相對較其他地區來的少，這樣的現象在提倡文化公民權的今日更是需要改善，文化公民權之訴求即是強調全體國民對於各項的文化資源，包含設施、活動和參與的可及性機會之均衡。或許東部消費人口不若西部多，導致許多展演若到花蓮舉行將不敷成本，但是爲了提升東部居民參與文化活動的機會，這樣的問題是必須被克服的，除了政府的補助之外，若是創意文化園區能夠成功推展在地的文化產業，從其收益中提撥資金來支持文化服務的部分，這應該是一個可行的方式。

然而，除了創意文化園區之外，花蓮還有許多與上述功能質性相同的場所，例如石雕博物館、松園別館、郭子究音樂文化館…等藝文空間，皆是具有提升地方文化力的功能，而這些場所若能夠搭配得宜，必對花蓮的整體文化環境有正面的加乘作用。

此外，因花蓮舊酒廠創意文化園區也具備著旅遊中心的功能，若園區之軟硬體設施健全，除了花蓮本地民眾之外，亦可提供外地旅客在園區中參與本地文化活動的機會。

所以，身爲全國五大創意文化園區之一的花蓮舊酒廠創意文化園區在開始運轉之後，期待園區能夠提供完善的展演設施之外，在後續的經營上更能夠舉辦或爭取更多的文化活動，甚至是與其他園區或其他國內外城市有所串聯，爭取更多外來文化活動，使得花蓮地區居民參與文化活動的機會可以提升。

創意文化園區提供完善的文化服務，使在地居民的文化活動參與機會提高，本地的文化可以被推廣；外來文化也可在此展現，無形中亦提升了自我的認同；以及對於異文化的尊重。整體來說，創意文化園區所扮演的角色是一個能夠提供大眾學習、娛樂、休閒的環境，藉由園區各種設施或活動引發大眾的自我學習。而如此的運作模式將有助於地區居民文化涵養的提升，亦可帶動地區整體文化環境的提升。

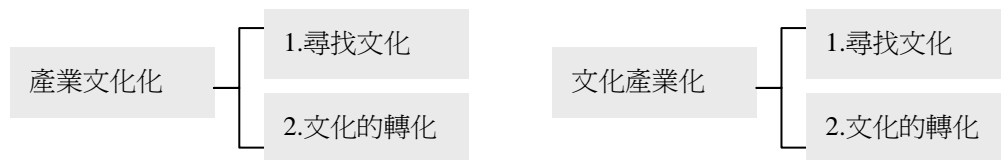
二、深化地方文化產業文化內涵

二十世紀，產生大量的中產階級，大眾在衣食無缺的狀況下，生活型態逐漸由物質層面的追求，進而至精神層面的追求。而生活型態的轉變亦反映在消費方式上。

世界各產業的各種物品都面臨供過於求的現象。未來的經濟結構會繼續朝向品質化、趣味化、環保化、經驗化方面調整。換句話說，這是朝往知識、科技和文化方面精練化和優雅化。因此，「產業文化化」和「文化產業化」是未來兩大趨勢。「產業文化化」和「文化產業化」也自然成為當下重要的經營策略（馮久伶，2002，頁 185）。

產業如何文化化？文化如何產業化？筆者認為這個課題主要有兩項關鍵，一為「尋找文化」；二為「文化的轉化」。以下為本研究對該課題的論述。

圖 5-2 本文脈絡示意圖



資料來源：本研究繪製

（一）產業文化化

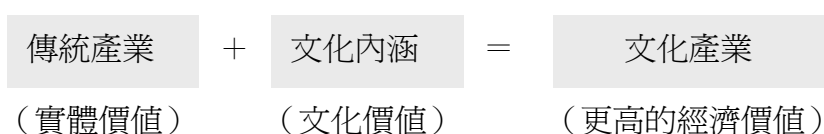
以「產業文化化」而言，這是傳統產業創新的一種方式，首要的過程即是尋找產業文化，其如何「尋找文化」？筆者認為，各行各業在創業的過程，或是產品的製程等階段，只要業者有所用心，對於自身行業有所堅持，在執業的過程中，總會有許多動人的故事發生；此外，某種傳統的行業，長久流傳下來的特有材料、特殊技法等，這些皆為產業的文化，而這些產業文化除了需要尋找，有時甚至需細心挖掘才得以被發現。然而，上述之產業文化的產生必須建構在優質的產品之上，唯有業者對於自身產業用心經營才可發展出動人文化，若是產品本質不良，而企圖以文化作為包裝，其不僅欺騙自己，更是欺騙社會。總而言之，唯有先能感動自己，才能夠感動別人，即文化產業的發展必須以優質的產品為基礎。

至於「文化的轉化」的部分，這是需要「創意」的加持，我們必須思考如何將舊有的元素創新，可能捨棄些什麼，或是添加了什麼，即是利用新、舊元素創造出新的組合。試圖讓尋找到的文化內容與產品相互輝映，其可能直接融入於產

品中，也可能將文化內容外顯於產品的包裝上、廣告上，或是在營業的空間營造上有所著墨。整體來說，其動作可視為將產業精神具體化，使消費者了解該產業的內涵。

以上部分主要是對於傳統產業的轉型來作一論述。整體而言，其操作方式即是從傳統產業中尋找其產業文化，再以創意的手法將文化與產業結合，以期增加其整體價值。若套用 David Throsby (2003) 的文化資本的概念來解釋，即是在有形之產品之實體價值上再增加無形之文化價值，進而提升整體的經濟價值。

圖 5-3 產業文化化之價值產出示意圖



資料來源：本研究繪製

(二) 文化產業化

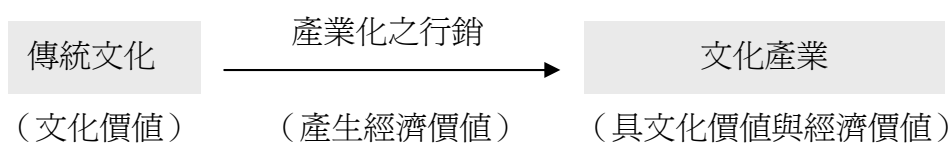
在「文化產業化」的部分，同樣的我們還是從「尋找文化」開始談起。每個地方都有許多自身的傳統文化，這些文化是由地方居民的生活軌跡之中產生，其可能由美術、文學、雕塑、音樂、戲劇、生活型態、宗教慶典或文化節慶等各類的形式所展現出來，有些是顯而易見的、有些則是需要透過細心尋找、用力挖掘的。而這些傳統文化即是地方的寶貴資產，在全球化亦或是同質化的今日，若要保有在地優勢，地方特有的傳統文化即是一項使地方保有優勢的利器，其代表的是與其他地區的差異性。倘若我們能夠好好保存這些文化資產，並且加以創新，這些老祖先流傳下來的事物將有利於各地區在面對全球化之際仍可持續的發展。

然而，由上段文字末兩行我們可以發現其關鍵點—「保存與創新」。保存與創新二詞，看似相斥，但其實不然。適當的將文化創新亦為一種文化保存的方式，而該過程即可用「文化的轉化」來解釋，在此的轉化指的是在保有傳統文化之核心價值的前提下，運用創意使舊有文化有所創新，使其貼近現代生活，讓舊有文化對於大眾的可及性提高，並透過大眾的體驗、參與，文化將得以活化、延續，甚至在大眾參與的過程中得以產生經濟價值。

舉例來說，許多地方的傳統節慶，近年來都轉變為具有振興地區功能的觀光文化節慶。文化觀光之中，文化節慶（Cultural festival）就扮演了一個重要的角色，其所指的文化節慶大多具有引發觀光的功能，而非僅是艱澀而少觀眾參與的文化表演，而各國政府對於這些文化節慶也逐漸重視，以台灣而言，在經濟結構的變遷之下，亦有許多縣市開始著重觀光節慶，或是說觀光節慶也同樣基於振興地方經濟、促進地方文化發展的思維（劉大和，2005）。除了文化節慶之外，許多傳統的音樂、戲曲，透過現代傳播技術，其發展為 CD、DVD 販售；或透過各地的文化展演設施，將其呈現於大眾面前，利用如此方式將傳統文化轉化，同樣的可從原有的文化價值中產生經濟價值。但不論何種方式的轉化、創新，傳統文化的原有核心價值都是必須被保留的，若在於轉化過程中過度的扭曲、甚至威脅核心價值的存在，這樣的手法將不利於文化的保存以及文化產業的永續經營，文化產業化如此，產業文化化亦然。

其實文化產業化與產業文化化的概念相同，皆是透過創意的加持使傳統的事物有所創新。找尋到的文化就如同一顆原石，透過轉化之加工研磨，原石方可成為一顆具極高價值的鑽石。而文化產業化的目的即是期望在保有傳統文化之原核心價值之前提下，將舊有文化創新，使原有文化價值可衍伸出經濟價值，並藉此得以活化舊有文化，使之延續。

圖 5-4 文化產業化價值產出示意圖



資料來源：本研究繪製

言及至此，我們回顧上述內容，「文化產業化」與「產業文化化」兩項操作過程之中共通的關鍵動作－「尋找文化」以及「文化的轉化」。「尋找文化」以及「文化的轉化」這兩個動作如能完善連貫，方能使傳統文化或產業成功轉型，使之延續，成為具有文化深度的文化產業，若文化產業當中的文化內涵不足，該產業即顯的空泛。因此筆者認為在花蓮舊酒廠創意文化園區當中的部門，必須要具

有協助當地產業或文化團體來執行上述兩項動作的功能，例如本章第一節所寫到的創業育成中心、技藝研習中心等…部門。尤其在台灣文化產業起步的此刻，創意文化園區在這部分的發揮必須要有示範性的作用。

三、園區「文化创意產業」與「文化產業」資源之整合功能

在上一段文章，筆者對於「文化產業化與產業文化化」過程中之「找尋文化」以及「文化的轉化」兩環節作了介紹。而本段欲以「找尋文化」以及「文化的轉化」為基礎，進而探討「文化创意產業」與「文化產業」的關係⁸⁹，並從中建構出創意文化園區對於產業間之互動功能。

首先在「尋找文化」的部分，筆者認為這是一項人人皆可嘗試的活動。每個人在生長的過程中，或生活的環境中，皆有許許多多的特殊經驗，這些經驗或許是許多人的共同記憶、或許是某個地區特殊的生活型態、地方音樂、地方戲曲、建築形式等，甚至也可以是個人的一段故事。該活動是可以很生活化、包羅萬向的，因此，筆者認為其為一項大眾化的活動；此外，近幾年國內也有越來越多的文化團體、藝術社團與各地的大專院校也加入了找尋文化的活動，其或稱為「文化資產調查」。而在劉大和教授的文章中，他曾提到找尋動人「故事」對於發展文化创意產業的重要性，甚至提出了「故事工作室」的構想，以利於故事的發掘與創作，其概念即是透過動人的故事來深化文化產業的內涵。然而，該構想與上述方法皆是尋找文化重要的方式。

在「文化的轉化」的部分，筆者要強調的是異業的結合。不論是產業文化化或是文化產業化，皆有許多異業結合的機會。以產業文化化而言，某一傳統行業，在時代的轉變中，該產業面臨消失或是轉型，若以今日的價值觀而言，它的實用價值可能大不如前，但是我們從它多年的經營過程之中，可以發掘出許多可貴的文化資本，這些具有文化價值的文化資本，要如何轉化為經濟價值，這即是需要許多專業的人才來執行的。舉例來說，喝茶這件事在東方世界已有幾千年的歷史，然而在各類飲料充斥與西方的咖啡館林立的現今，茶這項傳統產業要如何持續發展，甚至將觸角深入西方國家。天仁茗茶董事長李勝治（2003）在他的文章中談到天仁旗下新品牌「天仁喫茶趣 cha FOR TEA」發展經驗。一個傳統產業的

⁸⁹ 「文化创意產業」與「文化產業」之基本內涵與分界請詳參本論文第二章第二節。

新品牌要如何與眾多的茶館同業，甚至與強勢的國外咖啡品牌競爭？要如何在無情的市場中異軍突起？其重點在於差異化的附加價值。天仁喫茶趣自民國八十八年，花了一年的時間在世界各地展開了全球的茶館通路的市場調查，蒐集了詳細的資料，並分析發展的差異性，舉凡市場定位、商標設計、目標市場的選定、商品的組合、硬體的規劃、賣場的意涵、營運的流程、地點的評估、經營團隊的重組及創新價值之呈現…等。該企業為旗下新品牌找尋差異化的附加價值所作的市場調查，作了上述這麼多項目的調查，即表示在新品牌的建構內容亦包含了上述項目。由此看來，該產業主要賣的是茶，但在發展過程中，是需要許多茶「以外」的專業人士所共同合作。進一步觀察上述的項目中所結合的異業，其中不乏文化創意產業，例如商標設計、商品的組合、硬體的規劃、賣場的意涵、創新價值之呈現，即需運用到文化創意產業中的廣告產業、設計產業、視覺藝術產業、建築藝術產業、甚至是創意生活產業…等。

除了以上傳統產業的轉型過程案例之外，傳統文化的產業化案例也相當多，以相聲而言，這項發源於北京的說唱藝術，隨著國民政府遷台而在台灣開始發展，而「相聲瓦舍」即是國內著名的相聲社團。相聲瓦舍最初只是國立藝術學院的一個學生社團，由當時就讀戲劇系的馮翊綱與宋少卿組成，當時於每週固定的午休時間在學校廣場以簡單的形式表演給同學欣賞，後來在兩人踏入社會之後，由於忘情於相聲的表演，於是成立了「相聲瓦舍」這個表演團體，他們從開始的慘澹經營到如今演出場場爆滿，其過程為何？他們的表演雖然奠基於傳統，但不拘泥於傳統，不但開發所謂的「相聲劇」，在劇本內容上也融合時事，以「集體即興創作」的方式不斷開發新的內容；在管理上，他們有專職的藝術行政人員來管理行政事務；在表演的環境上，則結合了現代舞台理論與技術、舞蹈、燈光、數位聲光效果等元素，將傳統的相聲舞台轉化為引人入勝的表演場域；除了舞台上的表演外，相聲瓦社也靈活運用市場行銷技術，發行演出實況錄影錄音之 CD 與 VCD，擴大節目流通範圍與時間，亦可開發潛在觀眾與市場⁹⁰。由相聲瓦舍的發展案例來看，主體雖為傳統藝術，仍融合了現代的展演專業、傳播技術、出版行銷等異業來輔助該傳統文化的產業化，在其藝術的主體上，劇本內容結合時事、不落於俗套，這亦傳統結合創新的展現。

在介紹了上述案例之後，我們回顧一下文化創意產業的分類。在《挑戰 2008：

⁹⁰ 參考自藍恭旭，〈相聲瓦舍：上台一鞠躬！〉收錄於財團法人國家藝術基金會策劃（2004）《文化創意產業務實全書》，台北市：商周出版。

國家發展重點計畫（2002－2007）》（2002.05.31 版）⁹¹計畫中，將文化創意產業分爲三大類⁹²：

- (1) 文化藝術核心產業：精緻藝術之創作與發表，如表演（音樂、戲劇、舞蹈）、視覺藝術（繪畫、雕塑、裝置等）、傳統民俗藝術等。
- (2) 設計產業：建立在文化藝術核心基礎上之應用藝術類型，如流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計、影像與廣播製作、遊戲軟體設計等。
- (3) 創意支援與周邊創意產業：支援上述產業之相關部門，如展覽設施經營、策展專業、展演經紀、活動規劃、出版行銷、廣告企劃、流行文化包裝等。

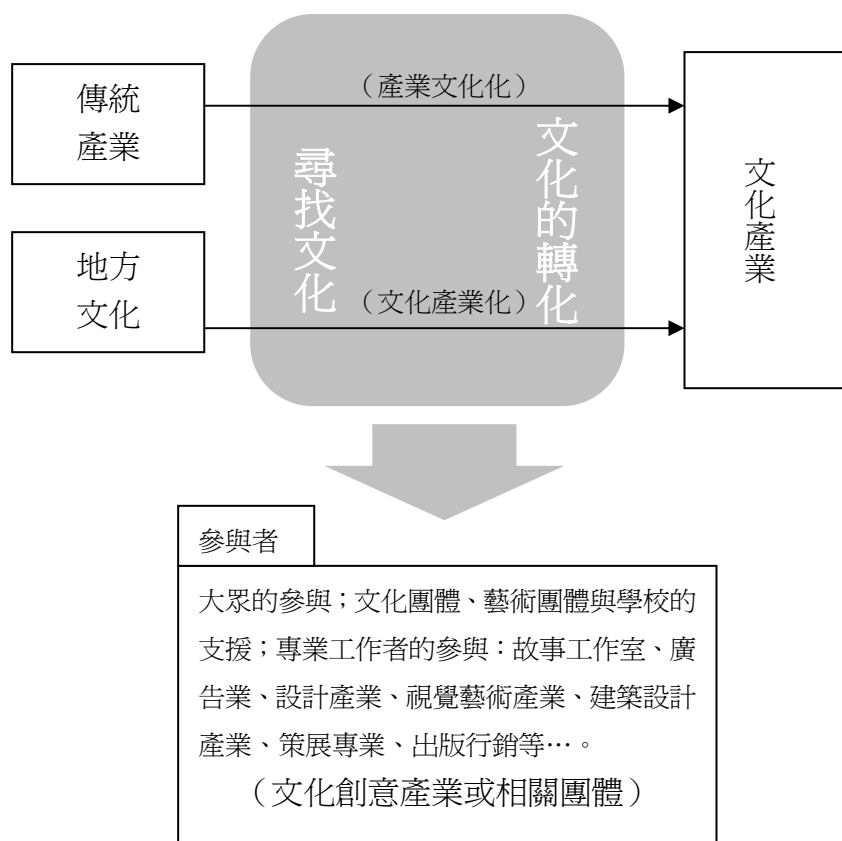
若將此文化創意產業分類，對應上述之案例，我們可以發現，較遠離文化藝術核心之第二類或第三類文化創意產業是具有輔助「文化產業化與產業文化化」的功能，對其是具有支援性的產業。亦是說，該類別的「文化創意產業」有助於傳統產業與傳統文化轉型爲「文化產業」，甚至可以是相輔相成的。

綜上觀之，我們可以看出其整體流程。在傳統產業或傳統文化轉型爲文化產業的過程中，亦「文化產業化與產業文化化」過程中，是需要許多文化創意產業或相關團體來合作達成的。若將整體流程以及參與者做一統整可以歸納爲以下圖文：

⁹¹ 本論文頁 35 所列出的文化創意產業十三項類別是引自於《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002－2007）》2005.01.31 修正版。而在此引用的是《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002－2007）》2002.05.31 版。兩版本僅分類方式有所不同，行業項目大致不變。

⁹² 行政院（2002）《挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002－2007）》（2002.05.31 版），頁 37。

圖 5-5 「文化產業化與產業文化化」參與者示意圖



資料來源：本研究製作

對於「文化創意產業」與「文化產業」之關聯性有了認知之後，我們可以進一步探討創意文化園區的功能。之前筆者表示，花蓮舊酒廠創意文化園區必須要具有協助當地產業或文化團體「尋找文化」與「文化的轉化」之功能。而現在可以更確切的說，花蓮舊酒廠創意文化園區應該有整合各產業資源的功能，其必須知道當地有哪些文化產業、文化創意產業、傳統產業與傳統文化。而傳統產業或傳統文化處於轉型階段的，創意文化園區可以提供協助，藉由對支援性文化創意產業的掌握，對於傳統產業與傳統文化轉型為文化產業，可以更有效率、更精確的方式加以輔助，同時也可提升該類型文化創意產業的產業水準，亦達到「文化產業」與「文化創意產業」的相互成長。

其實，以產業群聚的觀點來看，圖 5-5 參與者之中的藝文團體、學校社團以及文化創意產業若能夠共同進駐於園區中，如此產生之群聚效應對於文化產業的發展絕對是有正面的幫助，而此種園區的運作型態即屬於以服務各領域創者為主

的「創作型創意文化園區⁹³」，但礙於花蓮舊酒廠創意文化園區之空間量以及區位考量，似乎無法讓大量的相關產業與社團進駐，使得群聚效應無法完全發揮。但也因現實如此，所以筆者強調，園區更須具備完善的整合相關產業（社團）資源的功能以及相關產業（社團）交流的機制。

四、創意文化園區的樞紐功能

以上我們所談到的，主要是創意文化園區對於文化產業之文化內涵的提升與產業化的協助，而這些過程皆是偏向於產業鏈的創作、生產端。而以下文章主要欲探討創意文化園區在文化產業之產業鏈的消費端所扮演的角色。此外，本段文章也將統整出花蓮地方文化產業之整體發展過程中，花蓮舊酒廠創意文化園區與花蓮縣各地方之連結關係，進而呈現出園區之樞紐功能。

（一）園區在文化產業之產業消費端所扮演的角色

以花蓮舊酒廠創意文化園區而言，身為五大創意文化園區之一；園區所在又是花蓮市的中心商業區，以其層級與區位，它勢必成為花蓮地方文化產業的一個樞紐，其除了協助文化產業的創造、生產部分之外，也應連接後續的下游消費。在這個部分，園區所提供給參訪者的，是一個花蓮縣各地方文化產業的濃縮體，花蓮各地區的文化產品、地方美食或是工藝品…等可以在此販售；地方的傳統藝術，如戲劇、音樂或美術…等藝文展演，也可利用園區中的設施來進行（當然其他地區的文化產業也可以在此進行交流）；有些產業可以在園區設置體驗工作坊，讓參訪者有動手參與的機會，亦是提供參與和學習，像是本章第一節裡所提到的藝術工作坊、藝術大街、展演中心、體驗式消費等皆是可以發揮上述功能的部門。如此的園區運作類型即屬於所謂的「消費型創意文化園區⁹⁴」，其主要的服務對象為文化消費者或到訪觀眾，這樣的園區主要為一個消費者與創作者的交流平台，亦是文化創意產業行銷通路的旗鑑點。

然而，根據筆者的經驗，上述之地方文化產業推廣方式在台灣許多地區的文

⁹³ 在文建會的《創意文化園區總結報告》中，列出了三種不同功能的園區型態，其分為：「創作型創意文化園區」、「消費型創意文化園區」以及結合上述兩者之「複合型創意文化園區」。其詳細介紹請參閱本論文 46 頁。

⁹⁴ 同上註。

化園區或藝術村也常常出現，但在整體空間的營造與販售的商品上，質感往往過於粗糙、不夠細緻或是掌握不到文化主題，而無法反應在地文化，讓人感覺該空間與其中的活動是在任何地方都可以發生的，以致於整個活動偏重於商業，而淡化了文化內涵的呈現。也因如此，筆者更加強調文化產業化或產業文化化過程中，需要各項專業人士的合作，產業下游的行銷環節亦是如此，例如運用行銷專業、廣告設計、視覺藝術、建築設計等…異業的合作，以期能夠在產品本身、販售環境或展演空間等…行銷環節上亦融入文化內涵。

除了販賣有形商品之外，花蓮各個地方的在地風情，也可透過各種具有創意的方式在園區中呈現，讓參訪者對花蓮的其他地區有所認識，提供欲進入花蓮各地的參訪者各種資訊，同時也可吸引參訪者親自進入地方、體驗地方生活，以發揮園區中「旅遊」面向的功能，而旅遊面向之功能對於目前正積極推廣觀光產業的花蓮而言，更是格外重要。

延續上述觀光旅遊的課題，在此，我們可進一步對文化產業特有的一項性質－「地緣性」作討論。

文化與產業的結合，使兩者產業化與文化化，既發掘文化價值也產出經濟價值。然而，在經濟價值產出的環節上，並非所有的文化產業都與一般產業一樣可以大量製造、標準化生產，並讓商品在各地流通販售，有些文化產業的性質是具有濃厚的地方獨特性，其所強調的即是「地緣性」。這類的文化產業，產出的可能是商品，或是販賣一種體驗。

地方文化發展，吸引文化的消費者來到地方。當我們看到美濃的紙傘，蘇澳白米的木屐或是彌陀的皮影戲時，策略上應該把最純正的最高級的手工式的產品留在本地，而不是走到那裡都可以買的到享受的到，包括機場或百貨公司。文化產業的特質就是在於它的地緣性⁹⁵。

除了可商品化的文化產業之外，以體驗地方景觀、人文與自然生態為主的「文化觀光⁹⁶」亦是屬於一種具高度地緣性的文化產業，如由當地傳統慶典延伸的觀光文化節慶；地方性的藝術活動；古蹟的參訪；地方生活型態的體驗…等。以花蓮

⁹⁵ 陳其南〈從全球化看文化產業與地方行政〉，收錄於行政院文化建設委員會編（2003）《文化土壤 接力深根：文建會二十年紀念集》，台北市：文建會，頁 259。

⁹⁶ 文化觀光之內涵請詳參本論文頁 16-17。

而言，花蓮縣幅員遼闊、地形依山傍海、族群多元，因此花蓮地區不論是在自然面向，或是人文面向都具有相當豐富資源。有如此的環境基礎，將有利於花蓮各地區發展在地的文化產業，其中亦包含上述具高度地緣性的文化產業。在花蓮縣政府委託成大研究發展基金會所作的《洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景》報告書中即對花蓮縣各鄉鎮之發展資源與未來發展願景作了詳細的調查與定位⁹⁷。

不過在各地「文化觀光」的發展過程中，必須注意到，地方提供參訪者一個良好的體驗環境，同時也必須確保地方文化資產、自然生態的保存，以及地區居民的權益，任何近視短利、危害地方的操作手法都是不被允許的，永續性的經營才是發展地方的長久之計。而創意文化園區輔助各地文化產業發展的同時，也應加強業者與大眾上述觀念以及相關法令的教育⁹⁸。

從上述對於具地緣性之文化產業的介紹中我們可以看出，其強調的是參訪者與當地的互動。所以，地方若要發展地緣性高的文化產業，除了地方本身文化產業的文化能量要豐富、相關的配套設施完善之外，另一關鍵即是參訪者的進入，所以花蓮舊酒廠創意文化園區即應具有協助與吸引參訪者進入地方的旅遊面向之服務，例如本章第一節園區產業引入示意圖所提到的部落之旅、生態之旅以及旅遊服務中心等…皆屬之。

（二）花蓮文化產業發展過程中，「園區」與「地方」之關係

以上文章僅是針對花蓮舊酒廠創意文化園區對於花蓮地方文化產業在於產業消費端之功能作一論述。然而，在此我們回顧本節前幾段文章之內容，將其所述之花蓮舊酒廠創意文化園區對於文化產業整體發展之功能為基礎，並融合現今花蓮著名的幾個社區營造案例，來探討「花蓮舊酒廠創意文化園區」與「花蓮各地方」之關聯。

從民國 80 年代政府為了振興地方，開始推動社區總體營造運動，並發展地方文化產業。在這股風潮之下，花蓮縣各鄉鎮亦有許多地方開始進行社區總體營造的運動，經過十多年地方居民共同的努力之後，今日已有許多社區不論是在社區組織的經營、地方產業的發展，甚至是地方居民對於整體社區生活型態的定位

⁹⁷ 詳細內容請參閱財團法人成大研究發展基金會（2004）《洄瀾 2010—創造花蓮永續發展願景》，花蓮：花蓮縣政府，頁 7-41—7-51。

⁹⁸ 文化資產的保護規範可參閱我國的《文化資產保存法》。對於文化觀光的發展原則在《國際文化觀光憲章》中有詳細的規範，本論文頁 16-17，對於《國際文化觀光憲章》之內容有作初步的介紹。

與追求等…各方面已有了初步的成果。

位於壽豐鄉的豐田社區，在日治時期其為一官辦移民村，因此至今仍遺留下許多日治時期的建築遺跡，也因如此當地的整體空間氛圍具有濃厚的日式風情，而豐田社區曾是花東縱谷重要的菸葉種植區，因此現今當地也留有許多當時的煙樓建築。而當地的社區組織－牛犁社區交流協會，也對於上述豐田社區原有的環境作整體的規劃，搭配當地的自然生態，推動社區的深度之旅。也將原有日本警察廳再利用為壽豐鄉文史館，該館也是參訪者的資訊交流中心，亦為社區創意團隊的工作室，而社區的創意團隊也發展出許多社區文化產業，例如以軟陶為主要元素所發展的飾品、以檳榔與竹子為主要原料為主的藝術品。

除了豐田社區之外，光復鄉的馬太鞍部落也是花蓮縣著名的社區之一，馬太鞍部落由於芙登溪流經該地區而形成特殊的馬太鞍溼地，使該區域具有特殊的溼地自然生態，而馬太鞍為一阿美族部落，因此社區之生活型態也充滿了阿美族傳統的文化，例如馬太鞍特有的溼地捕魚方式、各種野菜料理之傳統飲食以及豐年祭之原住民的傳統祭典。而近年來，在社區居民的努力下，上述之在地的生活型態也逐步發展為一種體驗當地自然與人文的生態旅遊。

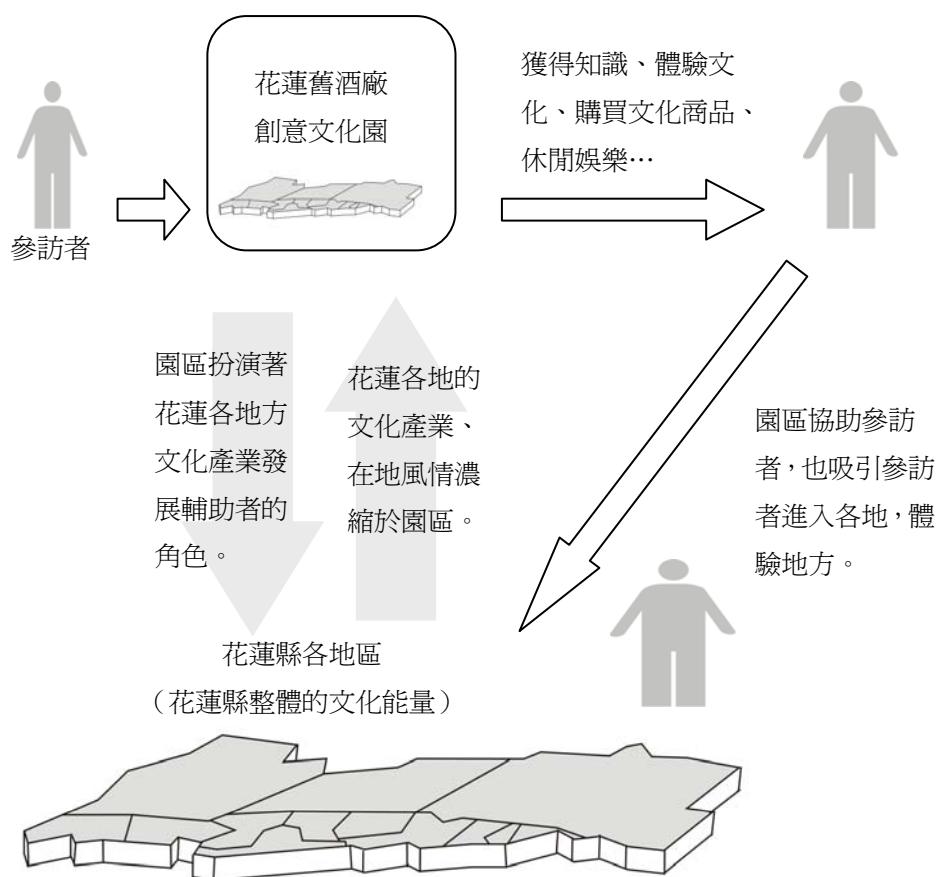
由上述案例，我們從中來談花蓮舊酒廠創意文化園區在地方發展中所扮演的角色。我們若由社造的角度觀之，社區的整體發展方向無疑是由當地居民決定，因為最熟悉這塊土地的是生活在此的居民，若要發展自己的社區，首先居民要知道這塊土地蘊藏了什麼資產，例如上述案例中所談到的移民村遺跡、溼地生態、傳統飲食文化等…，社區中有什麼東西是值得我們保存與發展的，這是在地居民可以自己去找尋的，這亦回應了前面文章所談到的「尋找文化」是一項人人可以嘗試的活動，尤其從自我的生活環境當中尋找。

但我們若由產業的角度觀之，地方若欲透過推動文化產業來發展地方，例如發展當地的體驗之旅、當地的文化商品等…，以產業面向而言，地方發展的參與者，除了當地居民與社區組織之外，筆者認為專業工作者的加入是必要的。社區中的產業要能夠進入市場與其他地區競爭，除了地方文化產業當中原始的核心價值要足夠之外，我們必須思考如何將地方的核心價值與市場化的普世價值連結。在產業發展的各環節當中，有許多細部工作是需要專業工作者來輔助社區進行的，例如地方文化要以何種方式呈現、地方文化如何融入文化產品之中、或是產品行銷方式等…皆是需要專業者的輔助的，該動作即回應前部分文章所述「文化的轉化」是需要許多視覺藝術、設計、行銷等…異業的結合，透過這些專業者的

輔助方可將原始之核心價值與普世價值連結，讓大眾了解地方文化產業的價值為何，當大眾了解地方文化產業價值所在之後，我們才能期待大眾對文化產業有所消費，進而期待地方的文化產業有所發展。筆者認為花蓮舊酒廠創意文化園區中之創業育成中心或產業交流中心即必須具備上述之輔助功能，或是之前文章所談到的園區之產業資源整合功能必須在此部分發揮，讓社區與專業者的合作得以更加契合。

綜觀整體花蓮舊酒廠創意文化園區與花蓮各地方文化產業發展之關聯性，筆者以圖文的方式將其整體流程作以下的統整，以呈現出園區之樞紐功能。

圖 5-6 花蓮舊酒廠創意文化園區樞紐功能示意圖



資料來源：本研究繪製

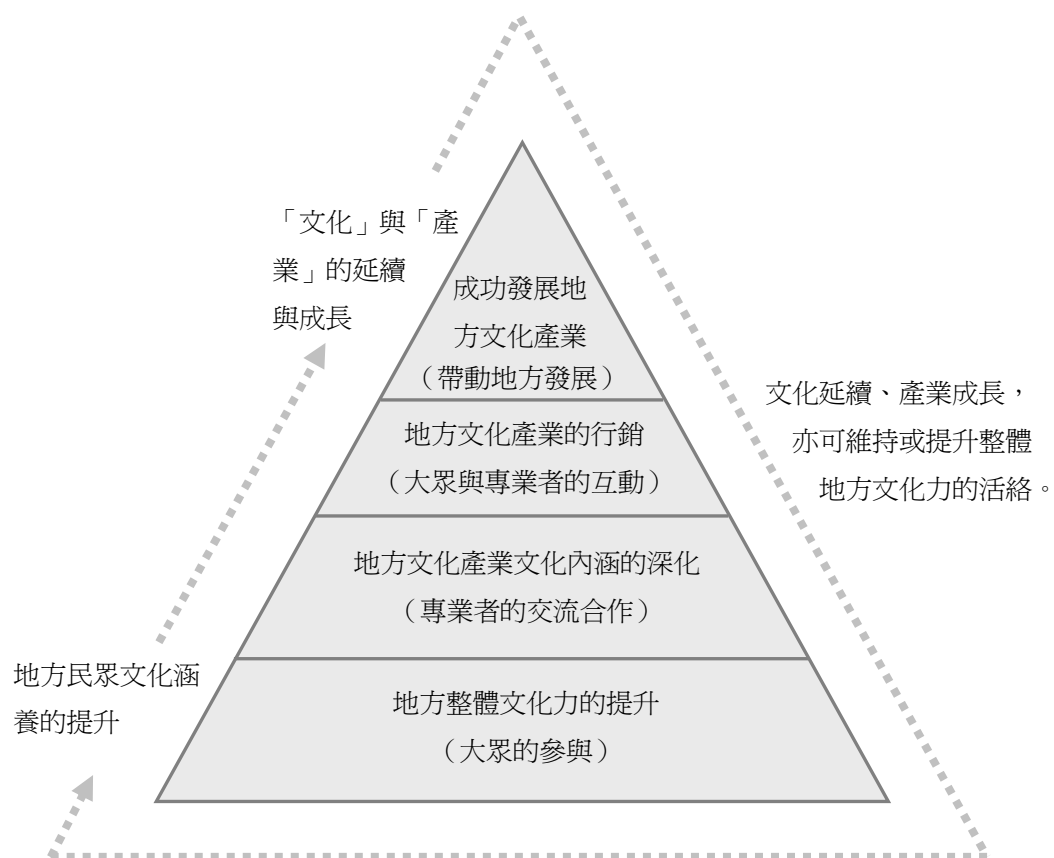
五、從民眾參與到提供專業者服務的文化場域

本節前四部份的文章，即是本研究對於花蓮舊酒廠創意文化園區之「產業面向」各運作環節所作的論述。整體而言，園區所能發揮的功能可分為幾個層次，首先是創意文化園區提升地方文化力，進而促進整體文化環境的提升；第二個層面則是文化產業文化內涵的深化，即是藉由各類型專業者的合作來達到「產業文化化與文化產業化」；第三個層面則為文化產業的行銷，除了園區內消費者與創作者的交流之外，也協助、吸引參訪者進入花蓮其他地方，並由活動中產出經濟價值。最終透過文化產業的發展，達到文化與產業的延續與成長。

而上述各層次亦具連鎖效應，創意文化園區最基本的功能即是提升地方文化力，培養民眾的文化涵養，使大眾了解文化資產的可貴，讓文化資產得以被大眾珍惜與保存，各種文化資源得以被適當的運用。此外，也期待民眾逐漸懂得欣賞、了解文化的意涵，進而增進文化消費的人口。在如此的環境基礎上，創意文化園區協助各地發展文化產業，並在園區中推廣文化產業與行銷文化產品，該整體行為與一般大眾才會產生共鳴，而非曲高和寡。而透過文化產業的發展，文化與產業也得以延續與成長，亦可維持或提升地方文化的活絡，進而形成整體的永續發展。

然而，上述各層次的執行是必須經過長時間的耕耘，由下而上的逐步成長，若各階段的發展皆能夠穩健踏實，地方整體環境之文化面與產業面方能穩定成長、永續發展。

圖 5-7 花蓮舊酒廠創意文化園區整體發展流程圖



資料來源：本研究繪製

第三節 花蓮舊酒廠創意文化園區空間面向之發展探討

花蓮舊酒廠在經過多年的閒置荒廢之後，在現階段將轉變創意文化園區，其空間性質有別於原來的酒廠，酒廠對於周圍的連結是薄弱的，而創意文化園區則是一個開放空間，對於前後兩者機能相對的轉變，這個轉化過程是值得我們探討的。而在此一轉變下，所牽扯的是整體環境的改變，我們無法單就舊酒廠本身來討論，因此，筆者欲以舊酒廠與其所在地－花蓮市的舊市區來作一整體環境的探討。

一、花蓮舊酒廠與都市連結之改變－由「封閉」轉變為「開放」

現今位於花蓮市中華路與中正路交叉口的花蓮舊酒廠，自日治時期大正二年（1913）以宜蘭振拓株式會社花蓮酒工場開始營運，之後歷經台灣總督府專賣局、戰後的台灣省菸酒公賣局的經營，最後於民國七十七年（1988）因工廠搬遷至美崙工業區，舊廠區因而閒置荒廢，歷經十多年的荒廢後，於民國九十一年（2002）政府提出「挑戰 2008 國家發展重點計畫」，計畫中訂定花蓮舊酒廠為全國五大創意文化園區之一，才使花蓮舊酒廠有了重生的契機，而目前花蓮舊酒廠創意文化園區仍處於園區再造的轉型階段。

然而，花蓮舊酒廠從開始運轉製酒到遷廠這段時間當中，初期它是位於城市的邊緣，隨著都市的擴張，酒廠逐漸被城市包圍，雖然它位處人口密集的都市當中，但因其工業機能，對於一般花蓮市民而言，它一直是一塊封閉的場域，其與城市中居民的關係是陌生的。而在閒置期間，廠區逐漸老舊頹圯、雜草叢生，成為都市中令人厭惡、與週遭環境關聯性低的失落空間，進而產生治安、衛生等負面問題。舊酒廠在如此的狀況下，漸漸的開始有人討論該如何改善。有人看中舊酒廠位居中心商業區的無窮商機、也有人希望保存古蹟，規劃為別具風味的展演空間⁹⁹。而在酒廠被規劃為創意文化園區之後將成為一個對外開放的公共空間，該空間與都市的連接關係將由封閉轉變為開放，而以下即針對酒廠由封閉即將轉變為開放的過程作一討論。

花蓮舊酒廠被規劃為創意文化園區，它將由一個失落空間轉變成為一個開放

⁹⁹吳采璋（2000）〈流過香醇的歲月－花蓮酒廠憶往〉，《東海岸評論》，143 期，頁 50－54。

的公共空間，對於如此的轉變，我們所期待的是舊酒廠這樣一個歷史場域，可以透過空間的再造，而成爲一個在地居民與外來參訪者都可以在此休憩、參與活動以及知識交流的場所。然而，對於一個失落空間要如何再造，使其成爲一個大眾樂於前往的場所？對於這個課題，政府必須建立有力的空間設計政策，民眾必須參與型塑環境的工作，設計師也必須深入的探討一個成功的都市空間所必備的原則（Roger Trancik，1996）。這是一個公共空間再造的課題，參與者應該是包含上述的政府、民眾與設計師。但以台灣而言，以往在公共空間的規劃上，政府與設計師才是主要的參與者，真正的使用者即在地區居民，他們的聲音是被忽略的，亦或是說，除非是關係到自身的利益，否則大眾也沒有參與的意願與機會。然而，以往這樣一個失去自主性，進而使居民對於生活週遭冷漠的大環境，在近幾年逐漸有了改變，由於社區總體營造的推動，居民對於自身環境改造的參與意願增加，由市民的觀點來進行的環境改造案例也漸漸增加。

民眾參與空間規劃的觀念即是強調使用者參與，主張可能會被這個規劃設計所影響到的人，都應進入到這個決策過程之中，使大家皆能夠獲得平等的環境使用機會，並共同創造一個滿足使用者需求的環境，其參與過程對居民而言，不僅是滿足實質環境的需求，更能夠獲得影響最後營造結果的感覺，而非靜靜的接受由上而下的規劃成果，這樣的參與過程可使民眾共同決定環境品質與生活走向，分享與掌握環境規劃的過程，並達到最大的公共利益（陳宇進，1996）。

在花蓮舊酒廠創意文化園區的規劃過程當中，我們也看到了民眾的參與。在園區的規劃之初，公部門與規劃單位舉辦了多場大眾參與的活動，包括了座談會、認識酒廠…等活動，希望在活動中民眾可以表達自己對於園區未來規劃的想法與建議，也期待將民眾帶入園區以增強舊酒廠與外界薄弱的關係，然而，上述的民眾參與，公部門與規劃單位還是站在主動的位置，而民眾則處於被動。但筆者無意否定這樣的大眾參與過程之價值，反倒認爲該過程可以視爲花蓮市民對於空間改造的參與的一個發軔點。除了花蓮舊酒廠創意文化園區，在本論文之前介紹過的，花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫、溝仔尾水道週邊景觀及特色規劃設計、鐵道文化館…等公共空間的規劃過程中，皆可以看到民眾的參與，以現階段而言，或許民眾對於公共空間的規劃參與處於被動，但若公共空間融入民眾參與的機制能夠持續，長久下來，參與的觀念將逐漸深植於整體社會，進而成爲市民的一種生活態度，如此對於未來營造花蓮市成爲一個市民城市之願景是可以期待的。

整體而言，花蓮舊酒廠轉變為創意文化園區，其與社會關係的連結由封閉轉為開放。然而，這裡所談的「開放」是包含兩個層面的，一為空間實體的開放，即由一個封閉的空間即將變為人人可以使用的公共空間；另一個層面則是公共空間的設計融入民眾的參與，即是以使用者觀點為主的規劃方式來進行公共空間的建設，如此之參與模式亦為建構一個「市民社會」的基礎。

二、花蓮舊酒廠創意文化園區與舊市區之整體發展關係

以今日的花蓮市而言，花蓮市的都市空間主要可以分為四個區域：舊市區、美崙地區、西部地區與國慶地區¹⁰⁰。而花蓮舊酒廠創意文化園區則是處於舊市區之中。若自 1910 年首次公布都市計畫算起，舊市區發展至今近百年，該區域早期因交通機能而繁盛，東線鐵路改道之後，舊火車站週邊地區逐漸沒落，商業重心西移至今日中華路、中正路區塊，該區塊並成為現今花蓮的中心商業區。這樣一個新舊融合的區域中，除了舊酒廠，亦有許多已登錄為歷史建築的空間，如交通部台鐵管理局花蓮管理處（今鐵道文化館）、台灣鐵路局花蓮管理處處長官邸等…。也有多處未登被登錄但對於花蓮市的發展有重要歷史意義的場域，例如溝仔尾商店街、舊鐵道空間等…。一個發展歷史悠久的區域，總有許多空間因時代的轉變而逐漸沒落，正等待新活力的注入以重新發展，這樣的區域雖失去以往風華，但其中蘊含大量的歷史資源，亦為該區域之文化能量。然而，以花蓮舊酒廠創意文化園區，亦或是舊市區之整體發展而言，要如何將這些歷史性的文化能量融入區域發展之中，並使其成為區域再造之助力，這是本段文章欲探討的課題。

以往，對於一個失去原有機能的老舊建築或區域進行區域更新，往往會採取拆除重建之暴力的手段，以配合新機能的進入。這樣的區域更新方式或許快速，效果顯而易見，但拆除的除了舊有的建築，亦切斷了整體區域的歷史脈絡，也改變了周圍的涵構關係，例如花蓮市舊火車站，1980 年新站開始營運之後，舊站於 1992 年遭到拆除，周圍整體的空間關係亦產生改變，也切斷花蓮人對於舊火車站集體記憶所依附的實體。漸漸的，上述的空間改造方式受到許多的檢討，「時間」與「空間」連結的議題開始被重視，而老建築再利用或閒置空間再利用，這種對於環境衝擊較小、較為人性化的更新方式則被提出，並逐漸被採用。

¹⁰⁰ 花蓮市各區域發展過程與現況請參閱本論文第三章第一節。

這樣一個「時間」與「空間」連結的議題，筆者試圖以 Roger Trancik 在其著作《尋找失落空間－都市設計理論》中所提到的「場所理論」來解釋兩者的關聯。場所理論是根據空間的文化及人文特色來進行的都市設計，其是將文化或地區內涵賦予空間涵構意義，使其「空間」成為「場所」。而每一個空間型態可以透過實質的材料、形式、質感或顏色等…環境符徵，或是較難掌握的人類長期使用痕跡等…相關文化事件共同組成。然而，這些空間中的元素若能夠和諧共存，使空間成為一個穩定的場所系統，人類將得以在其中發展自我、社會生活及文化。也因如此需求，人造空間被賦予了情感意義，使空間不再僅是實質形式的表現。Roger Trancik 也引用了 Norberg schulz 的「場所精神」的論點來解釋空間與場所的關係：

場所就是具有特殊風格的空間。自古以來，場所精神就如同一個具有完整人格者，如何培養面對及處理日常生活能力，就建築而言，意指如何將場所精神具像化、視覺化。建築師的工作就是創造一個適宜人居的有意義空間¹⁰¹。

然而，場所理論所強調的是一個地區整體涵構關係的和諧，其涵構關係指的是橫向的環境涵構以及縱向的歷史涵構。

一個成功的場所設計，會考慮到設計對象以及周圍環境的關係，並將其對社會及實質環境的干擾降至最低，避免激烈的變革，對設計師而言，創造一個具有獨特涵構的場所，除了要探討當地的歷史、地區的情感與需求、傳統手工藝、特殊材料之外，同時也要了解當地的政、經背景（Roger Trancik，1996）。

在歷史涵構上，環境必須反映過往，設計師必須透過謙遜的歷史研究來反映地方的自我認同，在歷史的基礎上連接現在與未來。Roger Trancik 引用了 Kevin Lynch 的論述來解釋時間與環境的關聯。

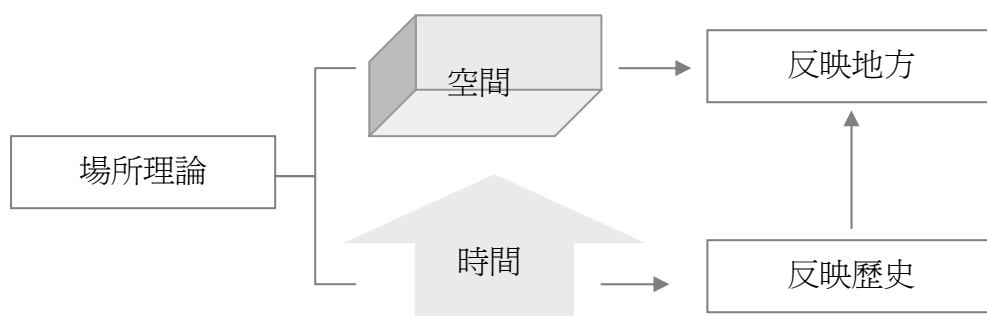
每一個地方不但要延續過去，也應展望、連接未來。每個場所都持續的發展，對其未來及目標負責。從童年時期開始，空間和時間的概念就一起出現和發展，兩者的形成方式和特性在許多方面都極為類似。…不論個人的

¹⁰¹ Roger Trancik (1996)《尋找失落空間－都市設計理論》謝慶達譯，台北：田園城市文化，頁114。

看法有何差異，空間和時間是我們安排經驗的大架構。我們生活在時間場所之中¹⁰²。

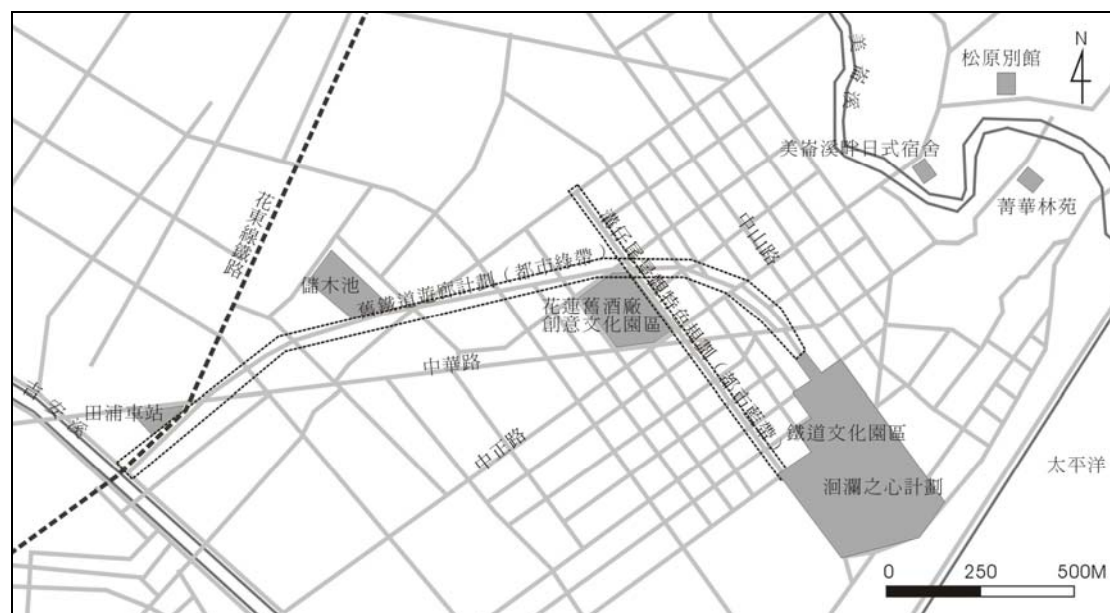
整體而言，一個完整的涵構空間，是多元的、相互尊重的。在歷史的基礎上連接現在與未來，加上現有都市空間整體環境的和諧搭配，進而得到一個能夠反映歷史與呈現出地方文化的複合體。

圖 5-8 場所理論架構圖



資料來源：本研究繪製

圖 5-9 舊市區歷史空間再造案例位置圖



資料來源：本研究繪製

¹⁰² Roger Trancik (1996)《尋找失落空間－都市設計理論》謝慶達譯，台北：田園城市文化，頁 117。

表 5-2 位於舊市區之古蹟與歷史建築

名稱	類別	地理位置
曙光橋	歷史建築	美崙溪出海口 花蓮市富裕二街 32-1 號
台灣鐵路局舊工務段	歷史建築	六期重劃區（屬鐵道文化園區範圍）
台灣鐵路局舊武道館	歷史建築	六期重劃區（屬鐵道文化園區範圍）
台灣鐵路局花蓮管理處處長官邸	歷史建築	中山路 40 巷 1 弄 4 號（屬鐵道文化園區範圍）
前花蓮火車站加水塔	歷史建築	六期重劃區內，光復街與成功街口（屬鐵道文化園區範圍）
交通部台鐵管理局花蓮管理處	歷史建築	花蓮市中山路 71 號（屬鐵道文化園區範圍）
花蓮舊酒廠	歷史建築	中華路與中正路交叉口
菁華林苑	縣(市)定古蹟	花蓮市菁華街 10 號旁

資料來源：台閩地區古蹟暨歷史建築資訊網 網址：<http://mhb.cro.cca.gov.tw/>，本研究整理。

在了解「場所理論」之後，我們回過頭以其理論基礎來檢視花蓮舊酒廠創意文化園區以及整個舊市區的發展。在舊市區這個歷史場域之中，有許多的歷史建築，或是未被登錄的歷史空間，在近年來保存觀念的發展下漸漸被大眾注意，進而開始被保存、被討論該如何再利用，不論是酒廠、鐵道等…工業遺址，或是溝仔尾這樣一個因特殊時空背景所發展出來的生活圈¹⁰³，保存這些空間使其反映花蓮的歷史，例如反映酒的文化、鐵路的文化、或是其他種種的生活記憶，這些場所即承載了城市發展的文化；亦保留舊有記憶與情感的依附。而透過再利用的動作，也使得各個歷史空間的生命延續，延緩整個都市更新的週期，使其發展更具有連續性。

上述所談的是歷史涵構的部分，而在環境涵構的部分，則需自舊市區的發展過程談起，進而能夠了解今日舊市區之現況。舊市區最初是因交通機能而發達，但在鐵道改道之後，鐵道沿線或相關的設施皆成爲閒置空間，甚至被拆除。所以在鐵道改道後 1980 年代至 90 年代，舊市區的都市紋理之中，舊鐵道及其頭尾之區塊一直是處於一個頹圯的狀態。直到近幾年，該區域中許多的歷史空間被提出來討論，對於這些空間提出許多規劃案，並希望它們能夠有所連結以帶動整體區域的發展。在舊市區中，目前正在進行的計畫包括：花蓮舊酒廠創意文化園區、

¹⁰³溝仔尾歷史請詳參本論文第四章第四節。

鐵道文化館¹⁰⁴、洄瀾之心計畫、舊鐵道遊廊計畫與溝仔尾景觀特色規劃。其中，舊鐵道遊廊計畫¹⁰⁵是以舊鐵道空間來規劃的一個綠色帶狀空間，它串聯了沿線許多據點，亦包含鐵道文化館、花蓮舊酒廠創意文化園區等據點。此外，溝仔尾也是一個具有歷史價值且空間氛圍特殊的場域，目前對於溝仔尾所進行的規劃¹⁰⁶是欲將此區域內舊有商店街再造，並使其成爲一個都市中的水岸空間，其亦爲帶狀具連結性的空間。在此我們可以看出現階段在該區域的整體規劃，是延續了舊有都市紋理的規劃，除了舊火車站遭到拆除實爲可惜之外，許多歷史空間被再利用，舊有的鐵道空間串聯了沿線的各新舊據點，花蓮市溝仔尾的特有生活圈也被保留爲水岸空間¹⁰⁷。整體而言，整個舊市區的規劃，對於歷史涵構是有所尊重的；對於環境涵構亦是有了整體的考量。

最後，我們將焦點聚在花蓮舊酒廠創意文化園區上。花蓮舊酒廠創意文化園區位處於舊市區中山路、中華路與中正路包圍之商業的金三角旁，又處於舊鐵道遊廊與溝仔尾景觀區兩條帶狀空間之交點，園區可透過這兩條路徑與其他據點相連結，就如此的環境架構看來，未來花蓮舊酒廠創意文化園區應是處於人潮聚集的節點上。在這樣一個能夠聚集人潮的商業區域中，園區若能夠發揮本論文第五章所述之功能，勢必能夠與週遭環境相互成長，使園區能成爲都市中一個提供休閒、娛樂、消費、教育等…複合式的園區。言及至此，我們回到空間的課題上，園區除了上述產業、商業面向的功能之外，對於空間而言，透過園區高度的可及性，對於大眾實具有潛在的教育功能。花蓮舊酒廠創意文化園區位於一個大眾聚集的場域，其爲一個歷史建築再利用的空間，並透過許多新與舊的結合，使整個空間具有時代延續性，若該空間能夠與大眾的生活連結，使其成爲一個民眾有意願前往，甚至是一個生活中不可或缺的空間，在這樣的環境中，大眾用身體去感受該空間的特殊氛圍，透過自己的感知來了解空間架構中的內涵，漸漸的大眾將透過舊酒廠的再造或其他此類型的案例，而深刻的了解到歷史涵構對於環境的重要，對於其他的失落空間也會充滿想像，而不再只以拆除重建的方式來解決。

綜觀花蓮市所有的歷史建築再利用或是閒置空間再利用案例，似乎沒有像花蓮舊酒廠量體這麼大，並且是處於中心商業區完整街廓的案例。筆者認爲，具上述條件的花蓮舊酒廠創意文化園區對於花蓮市是具有示範的作用，例如民眾參與

¹⁰⁴請詳參本論文第三章第二節。

¹⁰⁵請詳參本論文第四章第四節。

¹⁰⁶請詳參本論文第四章第四節。

¹⁰⁷對於該計畫，筆者認爲該空間若經過改造仍能留住舊有空間氛圍，難度很高。

機制的示範、或是閒置空間再利用的示範等…。該空間的轉化若成功，不僅僅是園區本身的成功，其更是所有參與者的成功，也讓所有的民眾對於歷史建築或閒置空間再利用這樣的都市更新方式產生正面觀感。然而，若往後該園區的使用效果不彰，對花蓮市的都市發展亦具嚴重的負面影響。所以園區的整體發展過程必須是步步為營，穩扎穩打的，即誠如《花蓮舊酒廠創意文化園區 整體規劃、建築環境暨使用需求調查案》中提出以「釀」的概念來詮釋園區的轉化過程，其過程是需要長時間的醞釀，非一蹴可成的。筆者亦認為，在園區近程階段每一期的園區營運過程中，甚至是未來長期營運中，還是需要融入許多民眾的參與、或是各方專家學者的意見，並對於園區的各個面向作適度的調整，使園區得以永續發展，也期待園區與週圍環境也皆可相互成長。

第六章 結論與建議

本研究之研究對象－「花蓮舊酒廠創意文化園區」，其為一座由閒置舊酒廠轉化而成的創意文化園區，透過閒置空間再利用讓該空間獲得再造的機會，並期望創意文化園區的成立，能夠對於花蓮市之都市空間；以及花蓮之地方產業發展具有正面的影響。而本研究主要的研究過程與目的，在於了解「花蓮舊酒廠創意文化園區」之生成過程，並從中探討花蓮舊酒廠創意文化園區對於花蓮地方產業發展之影響；以及園區與其周圍都市空間之關聯。

本章內容分為兩個部分：第一節為結論，根據本研究各部分之內容探討作出總結；第二節則是提出幾項對於花蓮舊酒廠創意文化園區未來營運上之淺見。

第一節 結論

「花蓮舊酒廠創意文化園區」從原來的製酒工場，到荒蕪的閒置空間，到今日即將轉化為一個城市中的公共空間；在空間機能上也將由製酒之工業機能，轉變為一個多元性的文化場域。研究該創意文化園區之生成過程，其實是以該空間的轉變過程為圓心，進而探討園區以及園區功能發散所及之花蓮地區之關聯。而在上述架構當中，本研究主要所談的是在於「空間」與「產業」領域上的發展。所以花蓮舊酒廠創意文化園區的生成，基本上看來是一個以發展文化創意產業或文化產業為新機能的閒置空間再利用案例，但對於這個案例深入了解之後，我們可以從其生成過程中看到時代變遷下許多面向變動的縮影；可以看出花蓮地區在空間與產業之相關面向的發展，並進而提出了一些園區與花蓮地方文化產業未來發展方向的想法。而以下就以本論文中之文獻探討以及調查分析結果，歸納下列結論：

一、花蓮舊酒廠未來可能發展的功能－在新與舊之價值中，以「文化」找出「空間」與「產業」的新平衡點。

隨著全球產業結構的變動、人類消費習慣的改變等大環境之轉變，各個地區在整體的發展上都面對著與過去截然不同的挑戰。然而，在現今這樣一個變動快速的環境中，我們所面對的問題主要是對於「新」與「舊」之價值觀的拉鋸，在以往的價值觀中，我們往往著重於「新」的發展，而輕忽了「舊」的價值，在許多的面向上都是如此，但這般瞻前不顧後的觀點已逐漸改變，新與舊由從前的互斥漸漸轉變為相輔相成。

本研究之研究主題－花蓮舊酒廠創意文化園區的生成過程，在內容上所談的兩個主要面向，「文化」對於「空間」與「產業」所發展之探討亦是建構於新與舊的價值觀討論之上。

對於「空間」面向而言，花蓮舊酒廠之再利用、或是花蓮市其他歷史空間再造，皆是將前人留下的文化資產活化與延續，其保存了舊有文化也再利用其舊有空間，而在過程中也漸漸的將民眾參與公共事務帶入案例之中。此部份除了政府在政策上的推廣之外，現今大眾逐漸對於歷史空間的價值以及再利用的概念能夠認同，對於公共事務的參與亦有所認知，但上述部分現今尚屬起步階段，花蓮在這個部份仍是不足的，倘若整體環境能夠長期養成民眾對於老建築再利用與公共事務民眾參與為一種自然的生活態度，如此的潮流對於城市空間的發展將有著正面的幫助。

而對「產業」面向來說，花蓮舊酒廠之再利用的方式－成立創意文化園區，其所發展之文化產業，本身即也是一種融合新與舊的產業，透過創意的加持將舊有的傳統價值重新詮釋，建構出融合傳統與現代的新價值。而目前之時代走向已漸漸將上述理念逐步落實，我們也期待上述理念的落實可以為地方整體的產業發展開創新局。

二、探討花蓮舊酒廠創意文化園區與周圍空間之連結與發展

花蓮市從日治時期發展至今已近百年，以往的都市發展方式是以機能來開發空間，但城市發展到一定的規模之後，我們發現有許多空間因原有機能的改變而閒置，這些空間或許遭到拆除、或許被保存，漸漸的空間的發展轉變成要為空間來找尋機能。

近十多年，花蓮市有許多歷史空間的存廢被提出討論。尤其是舊酒場所屬的舊市區，從花蓮舊鐵道改道之後被拆除的花蓮舊火車站建築以及相關廠舍；到由鐵道部花蓮港出張所保存轉化的鐵道文化館；與花蓮舊酒廠創意文化園區的設立；及串起各個新舊據點的舊鐵道綠廊和溝仔尾的水岸改造計畫。以及松園別館藝文空間的再造；郭子究音樂文化館的成立。在這些案例中，可以看見的是空間保存與民眾參與的觀念漸漸地在花蓮由種子逐漸發芽，各個據點有所聯結，從空間再造的過程中，逐漸開始透過民眾的參與，市民決定自己生活環境未來的方向。橫向的，各個新舊據點或帶狀空間逐漸編織出城市的在地風貌；縱向的，大眾也開始懂得以歷史空間去回應城市的過往，連接線在與未來，讓城市的發展具有延續性。

此外，在空間的發展上，其實是充滿想像的，但就現階段而言，上述案例再利用的方式大多是以回溯該空間歷史之文化館或是藝文空間的方式為主，就現今空間保存之起步時期，以帶入歷史或文化來作為空間再造的主軸，或許為起步階段適合的切入方式，但就長遠來看，再利用的方式應力求多元，才能使再利用之空間發展方式融入於多元的真實生活。而花蓮舊酒廠以成立創意文化園區為該空間之再利用方式，其亦以文化為主軸，但創意文化園區是一處複合式之公共空間，包涵了休閒、娛樂、消費、教育、產業發展…等多種面向，融合了多樣化的生活機能，筆者認為此再利用方式，對於花蓮未來之空間再利用具有嘗試與示範的作用，即是有別於文化館，而更貼近當代生活的空間再造方式，若花蓮舊酒廠創意文化園區多元化的經營能夠永續，也進而期待花蓮市未來在空間保存的方式上，可以以舊酒廠創意文化園區未來營運的好壞作為借鏡，取優避缺，甚至有所突破，而出現更多精采、有趣並更能融入生活的案例。此外，花蓮市之空間再造的過程中，民眾參與的機制漸漸成型，但現階段是不足的，倘若此機制往後能夠發展成市民的一種生活態度，在地民眾可將自己的想法落實於自身的生活環境，

將可深化居民對於在地之認同，亦可強化花蓮市空間之地方特色。

整體而言，花蓮市之空間發展若能建立良好的民眾參與機制，並以多元化的方式再造歷史空間，藉由城市中各個新舊據點的連結，在城市中釋放出新舊時代紛圍，延續與創造城市歷史。若如此的空間發展理念能夠長久的落實與經營，花蓮市成為具有在地意象之特色城市是指日可待的。

三、園區對於花蓮各地方產業之發展，以及與花蓮各社區、部落的互動。

民國 70 年代，因產業結構轉變、都市化現象日益顯著，伴隨而來的是台灣鄉村人口外流、傳統產業逐漸沒落。政府為了振興地方，於民國 80 年代，開始推動社區總體營造，並從中發展文化產業，並以「產業文化化與文化產業化」之操作型定義來發展地方之文化產業，其產業特色是少量生產、具有地方色彩之特殊性，有別於以往標準化、大量生產之產業。在文化產業的概念提出之後，政府於民國 91 年，提出「挑戰 2008：國家重點發展計畫」，「文化創意產業發展計畫」被列為發展計畫之一，而設立花蓮創意文化園區即為文化創意產業發展計畫內容之一。而上述兩階段所發展之「文化產業」與「文化創意產業」，其產業之定義方式雖不同，但產業內涵皆是以文化與創意為主，因此將兩者共同討論將有助於兩者之相互發展。

就花蓮舊酒廠創意文化園區而言，其在花蓮之地方產業發展上，將扮演什麼樣的角色？以現階段而言，花蓮縣各地之文化產業發展，雖進度不一，但皆有所進展，除了商品化的產出之外，對於具備豐富自然觀景與人文特色並大力推動觀光產業的花蓮縣而言，文化觀光也是縣內各地發展的重點之一。而位於花蓮市之花蓮舊酒廠創意文化園區，筆者認為，對於文化產業發展之各個環節分別肩負了不同的功能，其包括了地區整體文化力的提升；輔助地方文化產業深化文化內涵，以達到「產業文化化與文化產業化」；整合文化創意產業與文化產業之資源，以達到兩者相互發展；並以園區為一樞紐來行銷、推廣花蓮的地方文化產業以及各地之生活體驗。透過上述園區與各個地方的交流合作，以花蓮各地方多元互異的文化能量，期待能夠支持花蓮的文化產業能夠有所發展，並藉由發展文化產業來達到振興地方目的的同時，各地方特有之傳統文化或是生活模式亦可保存與延續。

發展地方文化產業，以經濟層面而言，其是透過地方所蘊含之文化價值產出更高的經濟價值；對於文化層面而言，文化產業的發展過程中，將舊有的文化或產業，透過創意的加持，使舊有元素做適當的轉化，成為可以融入現代生活的新產業。文化產業之發展亦為新舊價值之融合，其保存了舊有之傳統產業或文化，同時也將其創新、使其延續。整體而言，地方發展文化產業，其發展理念保有對於環境的尊重，在開創未來的同時，也回映了過去的生活，其產業發展方式使得地方可以在資源的保存與開發之平衡中永續發展。

第二節 研究建議

花蓮舊酒廠創意文化園區是一個提供民眾學習、休閒、娛樂、消費的複合式文化場域。園區的內涵是多元的、具創意的、相互尊重的。未來，在這個由舊酒廠轉化而成的創意文化園區之中，所呈現的是當地文化、空間、產業、亦或是在地生活型態由傳統到現代之價值的重新詮釋。

以下，就因應該園區未來之發展，提出幾點建議：

一、在園區營運初期，建立各項營運評比機制

花蓮舊酒廠創意文化園區之空間修復主要分為三期，目前辦公廳、餐廳、半製品倉庫及原料倉庫之第一期修復工程已完成，完成之後即有第三屆洄瀾國際藝術家創作營（2006）在此舉行為期約一個月的活動；並在今年（2007）下半年園區文建會將委託橘園國際藝術策展公司經營管理，其將舉辦一系列藝文活動作為園區營運的開端。

根據筆者對洄瀾國際藝術家創作營策展人潘小雪教授的訪談，該活動是第一期整修工程完工之後第一個在園區內舉辦的活動，其實在該活動過程中有得到許多有助於園區未來空間運用的經驗，筆者也在幾場園區的相關座談會中聽到潘教授提出他的經驗與看法，但潘教授認為較為可惜的是，在創作營活動結束後文建會與策展單位並無針對該活動有所檢討與溝通。

而根據筆者與文建會黃龍興組長的訪談，黃組長表示，第一期修復工程完工後，甄選出的經營團隊（即橘園國際藝術策展公司）將舉辦一些測試性活動，以

作為未來園區內容調整的依據。

由於花蓮舊酒廠創意文化園區未來之經營方式亦尚未定案，由上述筆者所作之園區相關人士的訪談可以得知，就現今園區之起步階段而言，從在各期修復工程完工後之初期所辦的活動中吸取經驗以作為往後園區內容的調整依據是很重要的一個動作。而筆者認為可由主管機關—文建會建立一套對於園區經營方式、活動類型…等各項內容之評比機制，以有利於評鑑出何種經營方式或何種類型之活動較為適合此園區往後之發展，此評比資料可較為完整的作為往後園區調整營運內容之依據。

二、未來園區的運轉必需找尋支持運轉之文化能量

本研究所研究的主題—花蓮舊酒廠創意文化園區，其為花蓮市中的一塊區域，這一小塊的園區如何運作發展？其主題「文化創意」之即是園區運轉的能量，而該文化能量由何而來，如何運用？是此部份文章所要論述的重點。在官方的資料中有所謂的「花蓮文化創意資源分析」，但對於花蓮地區文化能量之如何連結與運作的部分著墨較少，因此本研究在此部份做了一系列的論述¹⁰⁸，在此提出幾點建議：

（一）與外界交流、經驗分享—提升地區文化力

花蓮舊酒廠創意文化園區主要的功能在於發展地方文化產業與文化創意產業，但為避免在產業發展之過程中，其發展理念與民眾之觀念有所落差而形成曲高和寡的現象，因此園區應具有提升地區基礎文化力之功能。在此部分，園區應透過與外界的交流，來達到資訊交換與資源共享的目的。花蓮舊酒廠創意文化園區應與國內其他創意文化園區或是國內、外其他文化單位有所連結，以爭取外來文化活動在花蓮舉辦的機會，同時也將花蓮之在地文化推向國內外其他地區，達到文化交流的目的，藉由活絡的文化活動來強化花蓮地區民眾對於本地文化的認同與外來異文化的尊重，進而期待整體地方文化力的提升，並強化了居民對於文化的認知，因此地方文化力的提升亦可使在地居民帶出地方所潛藏之文化能量。

除了與外地進行文化交流之外，花蓮舊酒廠創意文化園區應與花蓮市其他同類型之文化空間資源整合、交換營運經驗，使各園區得以相互合作、共同成長。

¹⁰⁸ 即本論文第五章第二節。

（二）建立各地方資源整合的功能

在本論文第五章當中，筆者提到以支援性文化創意產業輔助地方文化產業發展之概念。在這個部分，花蓮舊酒廠創意文化園區所要掌握的是花蓮縣內文化創意產業以地方文化產業之資訊，即園區必須了解花蓮縣內有那些文化創意產業與文化產業，或是知道有那些傳統文化或是傳統產業正處於轉型階段。園區若掌握上述資訊並善於整合運用，將可使縣內各地方傳統文化或傳統產業在進行文化產業化或產業文化化之過程中，透過創意文化園區得到準確、有效的支援。進而達到文化創意產業與文化產業的相互發展。

從另一個角度而言，上述亦對文化的層級作一種轉換的動作。在筆者對於潘小雪教授的訪談中，潘教授以自身為原創性藝術家的身分表示，其實原創性太重的藝術類型是不適合置於創意文化園區之中，因為園區是一個公共空間，以大眾的觀點，這些原創型藝術者太過自由、無拘無束並不適合常駐於園區，而其實園區中較適合的是類似於手工藝、產品設計或生活設計這類較貼近生活的藝術類型。但筆者認為原創性較強的藝術展示或藝術營還是可以不定期在園區中舉辦，因為其文化能量或是對於參訪者的感官皆有較為強烈的感受，或許園區不定期提供這樣的藝術活動，也將助於地方文化力的提升。

在此，我們回應到第一段的內容，其實地方的傳統文化或傳統產業它相較於經過轉型之後的文化產業是相對原創的，因此創意文化園區之整合功能即是將較為原創的地方文化或產業，將其轉化為現代生活可以接受之文化產業。而整體流程即是將各花蓮各地方之原有文化，即原創的文化能量注入園區，而透過園區與各地方的互動與轉化，再釋放出轉化後所形成的文化產業，例如有形的商品、或無形的風土旅遊等。而形成一個地方與園區的良性循環；亦可使地方產業的永續經營。

（三）培養「創作故事」的能力

在劉大和教授的文章〈推動「故事台灣」－故事就是人存在的方式〉¹⁰⁹之中，提出「故事」的產出，對於許多文化產業有所幫助，其可運用於文學、電影外，對於地方觀光文化節慶將更有重大貢獻，甚至也可應用於各種生活技藝上，此

¹⁰⁹劉大和（2005）《文化與文化創意產業》，台北：魔豆創意，頁 128-130。

外，對於發展故事的工程上，可結合各方專業人才，構成「故事工作室」來發展動人的故事，或是在學校教育中開始培養學生創作故事的能力。筆者亦認為，培養創作故事的能力，是發展創造力的一環，其實在故事的創作過程中，可以提升我們對於事物感知的靈敏度，讓我們更能夠找尋出生活中那些塵封已久的價值，其目的亦是宮崎清教授（1996）所提出將認為自己居住的地方已一無所有的觀念轉化為原來這裡什麼都有，使眾人找回在地的價值。

而在花蓮舊酒廠創意文化園區未來的營運中，筆者認為可以將「創作故事」列為園區內常態活動之一，其創作方式應多元化，例如利用文字、圖畫、音樂或是影像等各種媒材來敘述故事，參加資格應不設限，讓大眾可以在這個平台上相互切磋，共同激盪新想法。若「創作故事」這個主題活動可以長久舉辦，相信將可提升地方居民之創造力，進而有助於地方文化產業之發展。

三、注重環境的整體涵構

在本論文中時常提出空間與產業發展之回應歷史的觀念，不論是在文獻回顧的段落，或是第五章所談到文化創意產業發展與花蓮舊市區的整體空間營造的部份。整體而言，除了強調了回映過去的重要，對於過去與現在、未來的連結亦是當前重要的課題，尊重歷史不是一昧的復舊或守舊，而是在尊重過去的原則中繼續邁向未來，不論是空間實體，或是使用的機能皆是如此。

在都市空間之探討中常有人提出的問題是，太過新穎的建築、或是舊有建築的破敗破壞了都市的景觀，但實際上的重點是在於不論是新建築的建造，或是舊建築的修復，其所必須重視的是整體的環境涵構，而非少數建築所造成的景觀問題，再者景觀的美醜見仁見智，其準則並非適用於每一個人；在產業方面，許多舊有產業逐漸成為夕陽產業，其可能選擇移往他地經營，或是最後被淘汰，而失去該項在地產業的技術。

在此，筆者所要強調的是城市中的「空間」與「產業」的發展應是要反映出該地方的風土環境，地方的風土文化是經過長期的時代發展建構而來的，其時代性與在地性是一致往前發展的。對於花蓮舊酒場發展為創意文化園區，或是溝仔尾、舊鐵道等空間再造，我們所要做的並非回復舊有空間或是守住舊有產業，而是在空間上以及在使用機能上皆能夠順應時代發展並尊重歷史做適度的變更與轉化，才能達到整體環境涵構的合諧發展。

四、建立文化產業行銷策略

以往在產業發展的環節中，大多著重於產品本身的品質，在產品的行銷上則較不受重視，行銷甚至僅給人一種打廣告的感覺。但一套完整的產業發展過程，其末端之行銷亦是一段重要的環節，其為一種讓消費者了解產品進而購買的過程。就文化產業的行銷而言，除了讓消費者了解產品本身為何之外，最重要的即是讓消費者認識產品之文化內涵，讓消費者認同其文化價值並進行消費。此部分，即是筆者所強調園區資源整合功能所能發揮的部分，即異業合作、相互發展。

創意文化園區應該提供地方文化產業業者行銷上的協助，例如廣告設計、產品包裝、網路商店的架設、販售管道的尋找…等。此外，在創意文化園區內的展售上，商品的展售方式應該是具有創意、並且精緻的，在展售過程中應掌握文化主題，並正確傳達其文化內涵，其方式可能是透過消費者與創作者的交流，或是透過賣場空間、商品包裝…等各種設計來傳達訊息。

此外，花蓮舊酒廠創意文化園區在推廣地方文化觀光上，筆者認為可以與電影公司合作，以花蓮為背景拍攝電影，從電影中讓觀眾認識花蓮特有的風光景色或是生活方式，這也是近年來許多國家對於自身觀光產業行銷的方式之一。

整體而言，文化產業的行銷即是要掌握文化主題，並透過各種具創意的方式正確的將文化內涵傳遞給消費者，使消費者認同其價值，並進行購買，筆者認為該環節是發展地方文化產業過程中易忽略，但卻十分重要的環節。

參考文獻

一、專書

Christian Norberly-Schulz (1995)《場所精神：邁向建築現象學》施植明譯，台北：田園城市文化。

Roger Trancik (1996)《找尋失落的空間－都市設計理論》謝慶達譯，台北：田園城市文化。

劉大和 (2005)《文化與文化創意產業》，台北：魔豆創意。

馮久玲 (2002)《文化是好生意》，台北：臉譜出版。

行政院文化建設委員會 (2004)《文化白皮書 2004 年》，台北：文建會。

陳學明 (1996)《文化工業》，台北：揚智文化。

陳學明 (1998)《班傑明》，台北：揚智文化。

Tom Bottomore (1984)《法蘭克福學派》廖仁義譯，台北：桂冠圖書。

楊小濱 (1995)《否定的美學：法蘭克福學派的文藝理論和文化批評》，台北：麥田。

翁徐得 功崎清 編著 (1996)《「人心之華」－日本社區總體營造的理念與實例》，南投：台灣省手工業研究所。

朱庭逸 主編 (2004)《創意空間－開創城市新地理學》，台北：典藏藝術家庭。

行政院文化建設委員會 (2003)《文化土壤 接力深耕：文建會二十年紀念集》，台北：文建會。

大衛·索羅斯比 (David Throsby) (2003)《文化經濟學》張維倫等譯，台北：典藏藝術家庭。

行政院文化建設委員會 (1998)《文化白皮書》，台北：文建會。

黃武忠等編輯 (2003)《2002 年文建會文化論壇系列實錄：文化創意產業及地方文化館》，台北：文建會。

行政院文化建設委員會《創意文化園區總結報告》，文建會文化創意產業發展計畫網站，下載自 http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_06.htm。

財團法人國家文化藝術基金會策劃 (2004)《文化創意產業務實全書》，台北：商周出版。

翁德徐總編 (1999)，《社區總體營造的理念與實例 II》台北：文建會。

林崇傑 陳宇進 陳惠婷 盧維屏 (1996)《市民的城市－都市設計與地方重建

- 的經驗》，台北：創興出版。
- 王瑞珠（1993）《國外歷史環境的保護與規劃》，台北：淑馨。
- 傅朝卿翻譯 導讀（2002）《國際歷史保存與古蹟維護：憲章 宣言 決議文 建議文》，台南：台灣建築文化。
- 黃海鳴計畫主持（2003）《推動閒置空間再利用操作參考手冊》，台北：文建會。
- 中華民國都市計畫學會（1987）《花蓮市都市計畫之沿革與實施展望》，台灣省住宅及都市發展局市鄉規劃處。
- 鎮仁崇編著（2000）《台灣後山鐵道風華》，花蓮市：花縣文化。
- 張家菁（1998）《一個城市的誕生：花蓮市街的形成與發展》，花蓮市：花縣文化。
- 台灣總督府專賣局（1941）《台灣酒專賣史（上）》，台灣總督府。
- 台灣總督府專賣局（1941）《台灣酒專賣史（下）》，台灣總督府。
- 范雅鈞（2002）《台灣酒的故事》台北市：貓頭鷹出版。
- 台灣省菸酒公賣局志編輯委員會（1997）《台灣省菸酒公賣局志》，台灣省菸酒公賣局。
- 陳昭義主編（2004）《文化創意產業發展年報 2003 年》，台北市：經濟部文化創意辦公室。
- 陳昭義主編（2005）《文化創意產業發展年報 2004 年》，台北市：經濟部文創辦公室出版：經濟部發行。
- 陳昭義主編（2006）《台灣文化創意產業發展年報 2005 年》，台北：工業局出版：經濟部文創辦公室發行。
- 行政院文化建設委員會（2004）《民國九十二年文化統計》，台北市：行政院文化建設委員會。

二、報告書

- 黃文杰建築師事務所（2004）《花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用需求調查案 期末報告書》，行政院文化建設委員會。
- 徐裕健建築師事務所（2004）《花蓮創意文化園區歷史建築修復調查暨設計監造案 期末報告書》，行政院文化建設委員會。
- 行政院文化建設委員會（2003）《創意文化園區總結報告》，下載於 http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_06_01.htm。
- 財團法人臺灣大學建築與城鄉研究發展基金會（1998）《花蓮市整體景觀發展暨

都市設計管制架構研擬計畫》，花蓮市公所。

東台工程顧問股份有限公司（2004）《花蓮市觀光休閒研究計畫－土地使用分析研究及開發策略規劃案》，花蓮縣政府城鄉發展局。

花蓮縣文化局（2005）《花蓮鐵道文化館再生計畫》，花蓮縣文化局。

財團法人臺灣大學建築與城鄉研究發展基金會（2005）《舊東線鐵道基地遺址調查研究計畫成果報告書》，花蓮縣文化局。

財團法人成大研究發展基金會（2004）《洄瀾 2010－創造花蓮永續發展願景》，花蓮：花蓮縣政府。

財團法人台灣大學建築與城鄉研究發展基金會（2005）《花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計 結案報告》，花蓮：花蓮市公所。

經典工程顧問有限公司、財團法人台灣大學建築與城鄉研究發展基金會、新象社區交流協會（2005）《花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫 結案報告》，花蓮：花蓮縣政府。

行政院經濟建設委員會（2002）《挑戰 2008 國家發展重點計畫（2002-2007）》（2002年5月31日），行政院經濟建設委員會。

行政院經濟建設委員會（2002）《挑戰 2008 國家發展重點計畫（2002-2007）》（2005年1月31日修正版），行政院經濟建設委員會。

三、引用論文

（一）論文集論文

朱元鴻（2000）〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉，收錄於張荳雲主編《文化產業：文化生產的結構分析》，台北市：遠流，頁 11-45。

翁徐得（1995）〈地方產業與地域振興〉，《「文化·產業」研討會暨社區總體營造中日交流展》，台北：文建會，頁 136-141。

傅朝卿（2001）〈台灣閒置空間再利用理論建構〉，《2001 推動閒置空間再利用國際研討會會議實錄》，南投市：文建會，頁 1-1.1~1-1.10。

沈芷蓀（2001）〈閒置空間活化再利用之設計思維〉，《2001 推動閒置空間再利用國際研討會會議實錄》，南投市：文建會，頁 2-3.1~2-3.6。

李勝治（2002）〈把台灣的喫茶趣味帶入日本－從「天仁喫茶趣」談「傳統文化的創新魅力」〉，《2002 年文建會文化論壇系列實錄：文化創意產業及地方文化館》，台北市：文建會，頁 167-176。

劉大和（2004）〈我們為什麼需要創意文化園區？〉收錄於朱庭逸主編《創意空間－開創城市新地理學》，台北：典藏藝術家庭，頁 88-91。

藍恭旭（2004）〈相聲瓦舍：上台一鞠躬！〉，收錄於財團法人國家藝術基金會策劃《文化創意產業務實全書》，台北市：商周出版。

（二）期刊論文

陳其南（1995）〈社區總體營造與文化產業發展〉，《「文化·產業」研討會暨社區總體營造中日交流展》，台北：文建會，頁 4-7。

陳其南（2000）〈從全球化看文化產業與地方行政〉，《文化視窗》，第 33 期，台北：文建會，頁 46-47。

劉維公（2003）〈為什麼我們需要創意文化園區？－創意文化園區是強心劑？還是打錯針？〉，《典藏今藝術》，第 129 期，頁 102-105。

劉維公（2003）〈什麼是文化創意產業？－文化產業的時代意義〉，《典藏今藝術》，第 128 期，頁 42-45。

于國華（2003）〈文化·創意·產業－十年來台灣的文化政策中的產業發展〉，《典藏今藝術》，第 128 期，頁 46-49。

倪再沁（2005）〈文化創意產業的認識與挑戰〉，文建會網站文化論壇，下載自 http://www.cca.gov.tw:9090/autocue/comment/culture_comment_template.jsp?comment_id=1109928934154。

黃世輝（2003）〈文化產業與居民參與〉，《魅力新故鄉電子報 0018 期》，新故鄉文教基金會網站，下載自 <http://www.homeland.org.tw/foundation/htm/eye/0018/index.htm>。

徐裕健（2003）〈歷史保存中的空間文化論述〉，《建築 Dialogue》，69 期，頁 32-37。

胡寶林（2003）〈古蹟、歷史建築及閒置空間再利用的脈絡－借屍還魂或是廢物利用？利用軀殼或是脈絡延續？〉，《建築 Dialogue》，69 期，頁 50-57。

潘小雪（2001）〈松園紀事〉，《東海岸評論》，153 期，頁 40。

陳義和口述、潘小雪整理（2001）〈日本時代的松林台地〉，《東海岸評論》，153 期，頁 27。

鄭錦鐘口述、潘小雪整理（2001）〈神風特攻隊〉，《東海岸評論》，153 期，頁 29。

楚耘（2001）〈去年在松園別館－2000 漂流木裝置藝術展〉，《東海岸評論》，153 期，頁 30-36。

吳采璋（2000）〈流過香醇的歲月 花蓮酒廠憶往〉，《東海岸評論》，143 期，頁

(三) 學位論文

楊敏芝(2002)〈地方文化產業與活化互動模式之研究—以埔里酒廠為例〉,台北:國立台北大學都市計畫研究所。

許琇瑩(2005)《地方文化館生成過程之研究—以花蓮「郭子究音樂文化館」為例》,國立花蓮師範學院鄉土文化研究所。

陳玉玲(2004)《松園閒置空間再利用—藝術創作者展現場所精神與社會實踐研究》,國立花蓮師範學院視覺藝術教育研究所。

王翠菱(2004)《閒置空間再利用與都市連接關係轉變—以松園別館為例》,國立東華大學環境政策研究所。

陳欽河(2002)《華山藝文特區活動形塑場所精神關係之探討》,中原大學室內設計研究所。

郭俊良(2004)《臺南市歷史性城區文化資產路徑與生活文化觀光建構之研究》,國立成功大學建築研究所。

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的.....	1
一、研究動機.....	1
二、研究目的.....	3
第二節 研究方法與流程.....	3
一、研究方法與流程.....	3
第三節 研究範圍與限制.....	6
一、研究範圍.....	6
二、研究限制.....	8
第四節 名詞解釋.....	8
一、閒置空間再利用.....	8
二、文化創意產業.....	9
三、社區總體營造.....	11
第二章 相關文獻探討	13
第一節 解讀保存與再利用.....	13
一、十九世紀歐洲的保存運動.....	13
二、由二十世紀的全球性保存憲章看近代的保存理論發展.....	15
三、保存理論的轉變分析.....	18
四、從二十世紀之空間發展看「再利用」.....	20
五、保存與再利用的意涵.....	22
第二節 文化產業與文化創意產業.....	27
一、文化產業概念的起源.....	27
二、台灣從社造中發展出的文化產業.....	31
三、文化創意產業.....	35
四、文化產品的解構.....	40
五、創意文化園區.....	44
第三節 相關文獻回顧.....	49
一、專書與論文集.....	51
二、相關研究.....	55
第三章 花蓮市的空間發展脈絡	57
第一節 花蓮市的空間發展過程.....	57
一、日治時期花蓮港的發展－今日的舊市區與美崙地區.....	57
二、國民政府來台至今－舊市區、美崙地區的轉變與西部、國慶地區的 興起.....	60
第二節 花蓮市歷史性公共空間探討.....	66
一、松園別館.....	66

二、花蓮鐵道文化館.....	67
三、郭子究音樂文化館.....	69
第三節 小結.....	71
第四章 花蓮舊酒廠創意文化園區之前世與今生	73
第一節 花蓮舊酒廠的歷史背景.....	73
一、初創時期（1913-1922）	73
二、台灣總督府專賣局經營時期（1922-1945）	74
三、台灣光復後至遷廠時期（1945-1977）	75
四、閒置期（1988 -2002）	75
五、轉型期（2002-）	75
第二節 創意文化園區相關計畫之脈絡統整.....	76
一、挑戰 2008：國家發展重點計畫.....	76
二、挑戰 2008：國家發展重點計畫－文化創意產業發展計畫.....	77
三、規劃設置創意文化園區.....	79
四、文化創意產業推動組織.....	82
第三節 花蓮舊酒廠創意文化園區的工作執行概況.....	83
一、花蓮舊酒廠創意文化園區的工作執行架構.....	83
二、花蓮舊酒廠創意文化園區目前的執行進度.....	84
三、花蓮舊酒廠創意文化園區的園區定位.....	86
四、花蓮舊酒廠創意文化園區未來的可能經營方式.....	86
第四節 相關計畫分析.....	87
一、洄瀾 2010－創造花蓮永續發展願景.....	88
二、花蓮市溝仔尾水道周邊景觀及特色規劃設計.....	91
三、花蓮舊鐵道遊廊公共空間活力計畫.....	95
第五節 園區活動紀錄－第三屆洄瀾國際藝術家創作營.....	98
一、活動介紹.....	98
二、該活動選擇於花蓮舊酒廠舉辦的原因.....	99
三、在活動中所遇到的問題為何？	100
四、對於舊酒廠空間的感受為何？	100
五、藝術家、藝術管理公司與民眾參與三者的關係.....	101
六、園區的文化能量.....	102
第五章 花蓮舊酒廠創意文化園區未來發展之探討	103
第一節 花蓮舊酒廠創意文化園區之規劃構想.....	103
一、園區願景描繪.....	103
二、園區發展推動策略.....	104
三、園區產業引入機制.....	105
第二節 花蓮舊酒廠創意文化園區產業面向之發展探討.....	107
一、提升地方文化力.....	107

二、深化地方文化產業文化內涵.....	108
三、園區「文化創意產業」與「文化產業」資源之整合功能.....	112
四、創意文化園區的樞紐功能.....	116
五、從民眾參與到提供專業者服務的文化場域.....	121
第三節 花蓮舊酒廠創意文化園區空間面向之發展探討.....	123
一、花蓮舊酒廠與都市連結之改變－由「封閉」轉變為「開放」....	123
二、花蓮舊酒廠創意文化園區與舊市區之整體發展關係.....	125
第六章 結論與建議	131
第一節 結論.....	131
一、花蓮舊酒廠未來可能發展的功能－在新與舊之價值中，以「文化」	
找出「空間」與「產業」的新平衡點。.....	132
二、探討花蓮舊酒廠創意文化園區與周圍空間之連結與發展.....	133
三、園區對於花蓮各地方產業之發展，以及與花蓮各社區、部落的互動。	
.....	134
第二節 研究建議.....	135
一、在園區營運初期，建立各項營運評比機制.....	135
二、未來園區的運轉必需找尋支持運轉之文化能量.....	136
三、注重環境的整體涵構.....	138
四、建立文化產業行銷策略.....	139
參考文獻.....	140

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖.....	5
圖 1-2 花蓮舊酒廠之主要歷史斷代圖.....	6
圖 1-3 研究對象位置圖（一）.....	7
圖 1-4 研究對象位置圖（二）.....	8
圖 2-1 保存理論轉變示意圖.....	20
圖 2-2 場所精神架構圖.....	24
圖 2-3 「文化產業化與產業文化化」概念示意圖.....	34
圖 2-4 文化產業整體架構與界分圖.....	39
圖 2-5 文化產業與文化創意產業在台灣的發展示意圖.....	40
圖 2-6 創意文化園區之媒介功能示意圖.....	45
圖 2-7 創意文化園區功能分界圖.....	49
圖 2-8 相關文獻分類架構圖.....	50
圖 3-1 奇萊平野漢人街庄及番社分布圖（1904）.....	59
圖 3-2 花蓮市分區示意圖.....	61
圖 3-3 變更花蓮都市計畫(第二次通盤檢討)分期分區發展計畫示意圖.....	62
圖 3-4 花蓮港街市區計畫變更圖(1925).....	65
圖 4-1 花蓮舊酒廠發展段代圖.....	73
圖 4-2 日治時期台灣總督府專賣局花蓮港支局.....	76
圖 4-3 「挑戰 2008：國家發展重點計畫－五大創意文化園區」相對架構圖.....	80
圖 4-4 文化創意產業發展計畫分項架構圖.....	81
圖 4-5 推動文化創意產業組織架構.....	83
圖 4-6 溝仔尾計畫範圍位置圖.....	94
圖 4-7 舊鐵道遊廊公共空間活力計畫範圍位置圖.....	96
圖 5-1 園區產業引入示意圖.....	106
圖 5-2 本文脈絡示意圖.....	109
圖 5-3 產業文化化之價值產出示意圖.....	110
圖 5-4 文化產業化價值產出示意圖.....	111
圖 5-5 「文化產業化與產業文化化」參與者示意圖.....	115
圖 5-6 花蓮舊酒廠創意文化園區樞紐功能示意圖.....	120
圖 5-7 花蓮舊酒廠創意文化園區整體發展流程圖.....	122
圖 5-8 場所理論架構圖.....	127
圖 5-9 舊市區歷史空間再造案例位置圖.....	127

表目錄

表 2-1 相關研究彙整表.....	55
表 3-1 花蓮市各區域發展現況表.....	62
表 3-2 花蓮市都市發展歷程表.....	63
表 4-1 花蓮舊酒廠創意文化園區大事紀(製表日期:2006 年 11 月 24 日).....	84
表 4-2 園區目前進行之相關工作(製表日期:2006 年 11 月 24 日).....	85
表 4-3 園區未來將進行之相關工作(製表日期:2006 年 11 月 24 日).....	85
表 5-1 園區轉化脈絡分析表.....	105
表 5-2 位於舊市區之古蹟與歷史建築.....	128

摘要

「閒置空間再利用」以及「文化創意產業」的發展皆是現今政府正在推廣的政策，而本研究所的研究對象－花蓮舊酒廠創意文化園，是一座位於花蓮市中心，即將由荒廢的舊酒廠轉型而成的創意文化園區。而本研究的主題－「花蓮舊酒廠創意文化園區生成過程之研究」即是依據閒置空間再利用、文化創意產業等相關理論與花蓮市的空間發展歷程之基礎資料來紀錄與探討這座創意文化園區生成的過程。

在花蓮市的發展歷程中，花蓮舊酒廠不論在過去的運轉期間或是之後的閒置階段，該空間雖位於市中心，但由於其為工廠機能，長久以來對於花蓮市民皆是陌生而有所距離的，但這樣的局面將有所改變。

由於政府為因應整體產業結構的轉變，而於 2002 年訂定了「挑戰 2008：國家重點發展計畫」，該計畫中為發展文化創意產業，而規劃將閒置的花蓮舊酒廠列為全國五大創意文化園之一，因此該空間將由與市民隔絕的狀態轉變為一個開放的公共空間。而這一轉型的過程，所牽扯的不僅僅是該酒廠空間的轉變，而是關係著花蓮市、甚至是整體花蓮縣的發展。創意文化園區對於市區是一個都市空間中的轉變；對於整個花蓮地區而言則關係了許多產業的未來發展。而園區運轉的原動力即是花蓮寶貴的在地文化或傳統產業，其發展理念即為「文化產業化與產業文化化」之操作方式。而以「文化」為主軸並透過創意來改善「空間」以及發展「產業」即是花蓮舊酒廠創意文化園區未來的發展方式與目的。而上述該園區之生成的原因與未來發展之可能，皆為本研究欲紀錄與探討之課題，進而期待花蓮的都市空間與產業能夠有更多元化的發展。

關鍵字：閒置空間再利用、文化創意產業、創意文化園區、花蓮舊酒廠創意文化園區。

The Research of Hualien Old Brewery Creative and Cultural Park Breeding Process

Abstract

“Reusing of lost space” and “cultural and creative industries” are both the promotive policies of government. Concerned to these policies, Hualien old brewery creative and cultural park, one of our researching objects, is located in the Hualien down town which is planned to transfer into a creative and cultural park. The theme of this research “The hatching process of Hualien old brewery creative and cultural park” analyzed its incubation according to relative theories of reusing of lost space and cultural and creative industries and the record of Hualien city space developing track.

On the rail of Hualien development, the function of being a factory have been made itself quite unfamiliar and kept distance form Hualien citizen to observe Hualien old brewery whenever during its operation or the idle period. Even it’s located in the city center all the time. But this situation is about to change.

However, this transformation is not only about the changing of the brewery but also the developing to Hualien city, even the whole Hualien County. The cultural and creative park is a shifting to an urban, a future to the Hualien area. The main power of keeping the continuity of this park is native culture and local industry. Also this will be the motive operation of “industrialize culture and culturalize industry.”

In order to deal with industrial transformation, the government set the goal “Challenging 2008: the important developing plans” at 2002. In this project, Hualien old brewery will be one of the five creative and cultural parks for burgeoning cultural and creative industry. Therefore, this space will change form an isolated factory to a public area for the citizen.

The purpose and the future development of Hualien old brewery creative and cultural park are based on culture to improve the space and thrive the industry. The prospective futurity of this creative park also will be the part of this research. Further more, the multiple changing of urban space and industries in Hualien is anticipated as the project carry on.

Key words: reusing of lost space, cultural and creative industries, creative and cultural park, Hualien old brewery creative and cultural park

謝辭

我現在正要開始寫謝辭。回想當初剛唸研究所時，翻開學長姐們的論文，第一頁就是謝辭，我問學姊，論文原來是要從謝辭開始寫…。當然這是一句玩笑話，其實我當時心裡想的是：什麼時候我才能完成論文，來寫這個第一頁的謝辭。現在，我要開始寫謝辭了…

首先我要感謝我的爸媽，除了感謝他們的支持與鼓勵之外，最重要的是在我唸研究所的這段期間，每當爸媽打電話來關心他們的兒子時，不論談話的主題是什麼，總是會在說掰掰之前，問我：「論文寫到哪啦？」我必須說這是最感謝他們地方，因為這是最有效的鞭策。

而我的指導教授姚誠老師，更是我要感謝的人。姚老師總是在我遇到瓶頸時給予適時的建議與指導；在我迷惘於資料之中或是寫作離題時，點出問題的關鍵，使我找回方向而繼續進行，因此我才能夠完成論文。除了課業之外，姚老師也不忘關心我們生活，常常釣魚煮魚湯給研究室的同學們進補，那美味的魚湯，絕對是再高級的餐廳也作不出來的。除了姚老師，我也要感謝鄉土所其他老師與職員們這段期間對於我的指導與照顧。

另外，我也非常感謝花師潘小雪教授與東華大學蔡建福教授對於我的論文的細心指教與幫助。也很感謝潘小雪教授、文建會的黃龍興組長與花蓮文化局的賴大哥接受我的訪問以及給予我資料找尋上的幫助。感謝所有幫助過我，讓我可以完成論文的前輩們。

感謝屏東與花蓮許多長輩的照顧與督促。也感謝琇瑩、YUS、佳瑜學姊對我的幫助；感謝慶興、政豪、依惠、奕助、警宜、芳懿、MARCO 與我，同心協力的上課；感謝素真、佩茹學妹對我的照顧；感謝堂妹明瑩的幫忙。感謝樹德科大建古幫適時的打氣與鼓勵。感謝屏東酒肉朋友的義氣相挺。

我的謝辭寫完了，雖然謝辭寫完了，但還是要再說一次～謝謝大家！