

出國報告（出國類別：其他／國際展會）

工藝說戲科技創新展示計畫  
國際展會－大陸深圳文博會  
出國計畫

服務機關：國立傳統藝術中心

姓名職稱：劉筱芬組長

楊雅雯科長

游庭婷助理研究員

派赴國家：大陸(深圳)

出國期間：103.5.13-19

報告日期：103.7.9

## 摘 要

本中心為結合傳統藝術及多媒體科技展示技術，展現臺灣文創整合優勢，特規劃本次「國際展會－大陸深圳文博會」參展暨參訪計畫，而「加快文化與科技融合」係本屆深圳文博會重點方向之一，與本中心執行科發計畫之目的相契合，期望藉由本次出國計畫，呈現臺灣傳統藝術和現代科技整合力量，提供跨國界參觀者獨特觀展經驗，達到文化交流目的。

本出國計畫自 5 月 13 日至 19 日止，共計 7 天，本中心除策劃以「金彩臺灣－臺灣主題館」實際參展，運用移動展概念向世界發聲外，並同步參訪文博會主展館共 9 個主題館、3 個分會場以及觀摩 1 場次文博會藝術節展演節目－黃梅戲《小橋初嫁》演出，以瞭解、考察其商業運作模式，並廣泛蒐集大陸文創發展近況等相關資料，俾利本中心未來規劃推動相關業務之參考。

## 提要表

|          |  |          |       |       |     |                         |
|----------|--|----------|-------|-------|-----|-------------------------|
| 系統識別號：   | C10301965  |          |       |       |     |                         |
| 計畫名稱：    | 工藝說戲科技創新展示計畫—國際展會深圳文博會出國計畫   |          |       |       |     |                         |
| 報告名稱：    | 工藝說戲科技創新展示計畫—國際展會深圳文博會出國報告   |          |       |       |     |                         |
| 計畫主辦機關：  | 國立傳統藝術中心   |          |       |       |     |                         |
| 出國人員：    | 姓名   | 服務機關     | 服務單位  | 職稱    | 官職等 | E-MAIL 信箱               |
|          | 劉筱芬  | 國立傳統藝術中心 | 營運推廣組 | 組長    |     |                         |
|          | 楊雅雯  | 國立傳統藝術中心 | 劇藝發展組 | 科長    |     |                         |
|          | 游庭婷  | 國立傳統藝術中心 | 臺灣音樂館 | 助理研究員 |     | 聯絡人d072006@ncfta.gov.tw |
| 前往地區：    | 中國大陸   |          |       |       |     |                         |
| 參訪機關：    | 深圳文博會，深圳書城中心城，南海意庫創意園區，梧桐山藝術小鎮，文博會藝術節參演節目《小橋初嫁》  |          |       |       |     |                         |
| 出國類別：    | 其他   |          |       |       |     |                         |
| 出國期間：    | 民國103年05月13日至民國103年05月19日  |          |       |       |     |                         |
| 報告日期：    | 民國103年07月11日   |          |       |       |     |                         |
| 關鍵詞：     | 深圳文博會，臺灣主題館，傳統工藝，傳統戲曲，臺灣音樂   |          |       |       |     |                         |
| 報告書頁數：   | 25頁  |          |       |       |     |                         |
| 報告內容摘要：  | <p>本中心為結合傳統藝術及多媒體科技展示技術，展現臺灣文創整合優勢，特規劃本次「國際展會—大陸深圳文博會」參展暨參訪計畫，而「加快文化與科技融合」係本屆深圳文博會重點方向之一，與本中心執行科發計畫之目的相契合，期望藉由本次出國計畫，呈現臺灣傳統藝術和現代科技整合力量，提供跨國界參觀者獨特觀展經驗，達到文化交流目的。本出國計畫自5月13日至19日止，共計7天，本中心除策劃以「金彩臺灣—臺灣主題館」實際參展，運用移動展概念向世界發聲外，並同步參訪文博會主展館共9個主題館、3個分會場以及觀摩1場次文博會藝術節展演節目—黃梅戲《小橋初嫁》演出，以瞭解、考察其商業運作模式，並廣泛蒐集大陸文創發展近況等相關資料，俾利本中心未來規劃推動相關業務之參考。</p> |          |       |       |     |                         |
| 電子全文檔：   | C10301965_01.pdf   |          |       |       |     |                         |
| 出國報告審核表： | C10301965_A.pdf  |          |       |       |     |                         |
| 限閱與否：    | 否  |          |       |       |     |                         |
| 專責人員姓名：  |  |          |       |       |     |                         |
| 專責人員電話：  |  |          |       |       |     |                         |

# 目 次

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 壹、前言                     | 2  |
| 一、國內、外環境情勢分析             | 2  |
| 二、政策現況分析                 | 3  |
| 三、參展暨參訪之緣由、目的            | 5  |
| 貳、參展暨參訪之行程規劃與內容          | 6  |
| 一、行程規劃                   | 6  |
| 二、策展構想與理念                | 7  |
| 三、參訪重點                   | 7  |
| 參、參展暨參訪之效益、檢討與心得         | 8  |
| 一、資料蒐集重點整理               | 8  |
| (一) 文博會主展館               | 8  |
| 1. 臺灣主題館                 | 8  |
| 2. 各主題館                  | 11 |
| (二) 文博會分會場               | 15 |
| 1. 深圳書城中心城               | 16 |
| 2. 南海意庫創意園區              | 17 |
| 3. 梧桐山藝術小鎮               | 18 |
| (三) 文博會藝術節展演劇目－黃梅戲《小喬初嫁》 | 19 |
| 二、效益、檢討與心得               | 20 |
| 肆、建議事項                   | 23 |
| 一、立即可行建議                 | 23 |
| 二、中長期建議                  | 24 |
| 參考資料                     | 25 |

# 壹、前言

## 一、國內、外環境情勢分析

在全球化的趨勢下，弱化了文化的多樣性，也因而掀起各國對於世界文化遺產的重視與保護，因地方特色與傳統文化具高度國家文化主體性之特質，被認為是文化創意的重要內涵與來源，顯現出越在地化，即越具國際化的競爭優勢。惟傳統藝術在時代演進下，逐漸與社會脈動產生落差。如何貼近現代民眾的使用型態，運用高新科技創新手法，活化傳統藝術，實有其必要性，亦為當務之急。

數位內容有容易複製之特性，更具有快速傳播的效益；歷史文物、遺跡除了可以透過數位內容的製作，使研究成果獲得完整保存外，亦可藉由創意的轉化，將具生命力的原創故事產品，轉化成永久性的智慧財。科技與文化的跨域整合也逐漸發展成為時代趨勢，且為因應全球數位匯流之趨勢，深化科技在傳統藝術之應用，科技結合文化元素，已成為藝術領域新顯學，勢必結合新媒體、動畫展演等科技創造建構完整的傳統藝術體驗場域，讓傳統藝術以活化創新的方式親近大眾，並將傳統文化豐富的能量轉換為具體的經濟產值。

根據經濟部數位內容產業招商說帖及最新公告的 2012 年 Taiwan 數位內容產業年鑑等資料，臺灣數位內容產業涵括 8 個次領域，包含 5 大核心產業與 3 大關聯產業，核心產業分別是數位遊戲、電腦動畫、數位影音、數位出版與典藏、數位學習 5 個領域，關聯產業則包含行動應用服務、網路服務及內容軟體 3 個領域。2012 年臺灣數位內容產業產值約為 211.2 億美元，較 2011 年產值 200.1 億美元成長約 5.59%，其中成長最快的為數位出版與典藏產業。根據資策會 MIC 調查，臺灣數位典藏產業產值自 2008 年 12.84 億元新台幣，成長至 2012 年 45.3 億元新台幣，展現穩定成長趨勢。數位典藏增值應用產業鏈結構，近年主要在於「素材經紀」、「體驗場域」及「企業通路」等業者的出現，促進應用產業的多元化，應用層面擴及遊戲、娛樂、學校教育與幼兒學習等。

從過去的圖像授權、出版品授權的發展模式經過數位典藏產業化之後的演變到今天的 APP 授權、影音授權及多媒體授權的新產業模式。由近年大型展會中可發現，數位展示科技的觀賞習慣已漸趨養成，從上海世博會、台北花博夢想館的策展內容及觀展人潮，以及「會動的清明上河圖」、「乾隆潮」等以文物為主體，藉由數位互動展演的成功，都證明了數位互動展示是未來博物館/展覽展示的發展主流，透過多媒體的聲光互動展示，不僅縮短了文物與觀眾的距離，

更增加參觀的趣味體驗；且豐富的感官互動更能激發觀眾的想像，讓文物蘊含的故事與訊息，突破展場空間的侷限，使文化的傳遞具有更大的操作彈性。

本計畫乃希望結合新媒體藝術與數位科技，呈現臺灣早期傳統藝術融於常民生活之風貌，在數位多媒體、互動科技展示上，呈現科技化新貌，突顯數位科技在展現常民美學和藝術情境之價值。

## 二、政策現況分析

### (一) 相關政策

- 1、馬總統 2008 年文化政策：「提升本土藝術，結合最新科技，融入國際市場」。
- 2、馬總統 2011 年「黃金十年施政願景」施政重點策略「輔導核心藝術與創作之傳承及創新」：辦理觀光定目劇、科技與藝術的結合等計畫，進行跨界文化之輔導。
- 3、行政院提出之 6 大關鍵新興產業暨 4 大新興智慧型產業政策，推動「文化創意」、「觀光旅遊」及「雲端運算」等產業之發展，提升臺灣競爭力。
- 4、文化部政策的四個驅動方向：「泥土化」、「國際化」、「產值化」、「雲端化」，向泥土紮根，服務於庶民；向國際拓展，以「軟實力」領航；向雲端發展，讓文化與先鋒科技結合。
- 5、行政院 101 年 11 月 29 日核定「智財戰略綱領」及文化部「智財戰略綱領-強化文化內容利用」行動計畫。
- 6、行政院 103 年施政方針：「鼓勵多元藝術創作，輔導傳統藝術保存與創新，發掘新生代創作人才」、「促成藝術加值應用與跨界結合，建立科技與藝術共構平臺」、「媒合優良展演作品與展演場所，強化劇場經營與行銷，結合民間資源，協助藝文團隊拓展海內外市場」；「建立科技與藝術共構平臺，輔導跨界創作與藝術加值，提高藝術團隊競爭力」。

### (二) 現況分析

- 1、文化部為媒合科技與藝術兩種截然不同之專業領域，讓國內藝術界能有政府挹注資源，從事跨領域創作，自 2010 年起執行科技與表演藝術結合旗艦計畫，透過補助方案，協助表演藝術與科技機構對話，以科技協助完成具高產值之藝術創作計劃，培植多媒體數位藝術及表演藝術之跨界鉅作，並辦理數位表演藝術節，邀請國際知名跨界合作表演藝術團體來台演出，與國內團體共同聯演，提昇國人表演藝術創作力，進而提高國際競爭力。

- 2、 根據「文化雲計畫」內容，文化部有感於於文化資源分散，同時行動載具與雲端科技興起，於 101 年提出「文化雲計畫」，為期能善用雲端科技可大量儲存、運算及隨時隨地分享的特性，將現有各文化機關與團體擁有之網站與資料庫等文化元素，予以盤點、整合為文化資源庫，以開放資料方式，提供民間增值利用。同時開發示範性行動應用程式，提供即時、便利的文化資訊服務；另為文化創新服務，保存文化與促進全民參與文化建設，建置國民記憶資料，鏈結社群平臺，匯集全民文化創新。文化雲計畫核心概念為「藝文內容+整合行動服務+分享」，其中藝文內容是最重要的基礎。以盤點、整合與開放各藝文機關（構）數位文化資源。建立單一整合服務平台。從文化業務流程切入，由資料來源單位導入使用，以提供民眾完整、正確、即時之整合資訊。
- 3、 除以現行補助機制協助民間推動多媒體數位科技與表演藝術跨界合作外，另因文化部擁有國家級表演團隊，且擁有常設劇場、博物館等文化設施，並累積珍貴豐富之館藏及數位化資料庫內容檔案，極具發展數位科技藝術展演之潛力，藉由科技輔助藝術創作與展現，將國立展館與表演團隊豐富的藝術能量轉換為具體的經濟產值；此外更可運用創新媒體與互動科技融入，重新點亮現有展示，提供民眾更驚豔更震撼的全新體驗；開發表演藝術學習教材，以科技協助彌補藝術學習的資源落差。
- 4、 在藝術展示方面，運用公立博物館之典藏文物、戲曲以及傳統建築裝飾構件，結合數位多媒體科技技術及文化創意增值應用，策劃主題式之展示，並以移動性、可複製性之巡迴展覽做為產出標的，藉由臺灣國寶與常民文化的數位展示，引導民眾親身體驗、觀察臺灣各地方、社群的先民記憶與文化資產；同時進行文創商品開發，多方詮釋展覽故事線，締造臺灣文創產業的創新服務輸出。
- 5、 本中心為傳統藝術典藏、保存、展演、教育、推廣之專責機構，下轄國光劇團、臺灣豫劇團、臺灣國樂團、臺灣音樂館 4 個派出單位，並擁有佔地 24 公頃兼具文化傳承與體驗旅遊之「宜蘭傳藝園區」。多年來傳藝中心致力於傳統藝術之研究、創新及增值運用，典藏有 4,000 餘組件之傳統藝術文物。自民國 91-93 年陸續執行計 24 項數位典藏計畫，共完成 31 餘萬筆之數位化物件，陸續建置五大主題知識網、臺灣節慶之美、歌影隨行、典藏傳藝、臺灣音樂群像資料庫等 10 餘個主題網站及資料庫。另已開發包括傳統工藝、傳統戲曲、傳統偶戲等 124 種傳統藝術主題線上學習課程，成果豐碩且深

具推廣價值。傳藝中心計畫除了延續文化雲計畫之概念「藝文內容+分享+整合行動服務」，運用著作財產權保護與授權機制，結合傳藝中心傳統藝術典藏元素、傳藝園區及國家級劇樂團等獨有資源，開發具示範性的文化創意增值運用模式，鼓勵民間共同投入開發傳統藝術潛能，創造文創產值外，使科技元素和傳統表演藝術元素徹底融合；並藉由藝術創作，將科技應用於表演之中，將傳統藝術展演與時代接軌，達到整體藝術的提升。

### 三、參展暨參訪之緣由、目的

- (一) 為呈現臺灣傳統工藝和數位科技文創能量的注入，結合傳統工藝、表演藝術及多媒體數位展示等跨域整合，展現臺灣文創整合優勢，特規劃本次大陸深圳文博會之參展暨參訪計畫。除展示臺灣實體工藝品外，更透過傳統與現代文化的生活連結、數位科技轉化及舞蹈、音樂等表演，盼以活化傳統工藝、增添其互動及趣味性，使其更為親近大眾，認識具文化深度及生動之臺灣傳統藝術之美。
- (二) 藉由參與第十屆深圳文博展會，透過數位科技串聯傳統與現代生活美學涵養鏈結，運用移動展概念向世界發聲，呈現臺灣工藝和科技文創力量，提供跨國界參觀者獨特觀展經驗，達文化傳遞任務。
- (三) 以移動性、可複製性之巡迴展覽做為產出標的，一方面透過感知(如視、聽、觸)體驗互動中，了解傳統文物之淵源脈絡、典故與人文歷史，更可感受到最新科技應用於傳統藝術之樂趣，達到傳授知識美學與數位藝術教育之目的。
- (四) 另一方面透過展會瞭解商業運作模式，俾利未來進行產品商業授權或藝術經紀授權，創造更高的經濟價值，進而形成文化創意產業價值鏈。透過現代科技和傳統藝術的結合，讓傳統藝術與科技的跨界成果成為國際新亮點。



## 貳、參展暨參訪之行程規劃與內容

### 一、行程規劃

本次參展之國際展會為深具口碑的深圳文博會，今年為第十屆，展期自 5 月 15 日至 19 日止，配合展期本次出國計畫自 13 至 19 日共計 7 日，行程如下表：

| 時間      | 地點       | 行程  |
|---------|----------|---|
| 5/13(二) | 台北→深圳    | 去程  |
| 5/14(三) | 文博會主展館   | <ul style="list-style-type: none"> <li>•抵文博會主展館之 2 展館【創意設計生活 A 館】，督導及協助「臺灣主題館」布展事宜。</li> <li>•與外貿協會張組長溝通協調展示名稱事宜。</li> </ul>            |
|         | 深圳大劇院    | 觀摩文博會藝術節展演劇目－黃梅戲《小喬初嫁》。   |
| 5/15(四) | 文博會主展館   | <ul style="list-style-type: none"> <li>•參加臺灣主題館開幕式，並協助媒體採訪、貴賓及觀眾導覽服務等。</li> <li>•觀摩 1 展館【文化產業綜合館】。</li> </ul>                           |
|         | 深圳書城     | 觀摩文博會分會場【深圳書城中心城】。  |
| 5/16(五) | 文博會主展館   | <ul style="list-style-type: none"> <li>•協助臺灣主題館有關媒體採訪及觀眾導覽服務等事宜。</li> <li>•觀摩 4 展館【非物質文化遺產館】。</li> <li>•觀摩 5 展館【創意設計生活 B 館】。</li> </ul> |
| 5/17(六) | 文博會主展館   | <ul style="list-style-type: none"> <li>•協助臺灣主題館有關媒體採訪及觀眾導覽服務等事宜。</li> <li>•觀摩 6 展館【藝術品館】。</li> <li>•觀摩 8 展館【文化旅遊館】。</li> </ul>          |
|         | 南海意庫創意園區 | 觀摩文博會分會場【南山區蛇口南海意庫創意園區】。  |
| 5/18(日) | 文博會主展館   | <ul style="list-style-type: none"> <li>•觀察臺灣主題館觀察展示效果及觀眾反應等。</li> <li>•觀摩 7 展館【新聞出版館】。</li> <li>•觀摩 9 展館【工藝美術館】。</li> </ul>             |
|         | 中華民俗村    | 參觀劇場及演出   |

|         |         |   |
|---------|---------|---|
| 5/19(一) | 文博會主展館  | •觀察臺灣主題館展示效果及觀眾反應等。<br>•觀摩 3 展館【影視動漫遊戲館】。 |
|         | 梧桐山藝術小鎮 | 觀摩文博會分會場【羅湖區梧桐山藝術小鎮】。                     |
|         | 深圳→台北   | 返程  |

## 二、策展構想與理念

為整合資源及塑造亮點，本中心本次參展主要結合臺灣外貿協會，共同策辦「臺灣主題館」，主題館展示以「金彩臺灣」五行概念為底蘊，運用數位文創的力量，重新詮釋從傳統工藝到現代數位科技，演繹臺灣這塊土地上生生不息運轉的能量，表達臺灣在這塊土地上精(金)彩的呈現，並透過自然中的五行定律及臺灣的工藝故事，在靜態的精品展及動態的科技遊戲體驗，提供民眾多感官的豐富觀展經驗，認識臺灣及經典傳統的工藝故事。

為展現臺灣文化創意產業特色，規劃結合臺灣傳統藝術、工藝及與數位科技多媒體結合，以金、水、木、火、土之五行概念發想，透過工藝與科技的結合，體現傳統工藝或藝術透過數位科技整合之活化與優勢，讓民眾能以最自然、



親近的方式認識並走入臺灣傳統藝術領域。「金彩臺灣」的「金」與「彩」分別代表了五行中的金、水、木和火，「土」則意指為土地、人，亦為臺灣最為珍惜且驕傲的寶藏，透過工藝家們手工溫度的傳遞，與文創品牌賦予當代能量之跨界轉化及媒合，賦予每一件作品深刻且在地的文化情感，透過臺灣的五行工藝，守護臺灣，並藉由多媒體科技的力量重新詮釋，增加工藝之趣。

除傳統工藝外，亦結合運用臺灣傳統表演藝術內涵與元素，包括台語流行歌曲、歌仔戲、生旦淨丑行當、廟會慶典等等，以互動體感遊戲、數位留聲機、互動式拍照、現場復原演出等多元展示手法，整體呈現臺灣1930-40年代傳統藝術氛圍及意象。

## 三、參訪重點

搭配臺灣主題館參展計畫，本屆深圳文博會之展會規劃、展示內容與活動效益，亦為本次參



訪考察重點。深圳文博會為大陸唯一經 UFI 認證、規模最大的國家級文創產業展覽盛會，今年文博會的重點方向之一為「加快文化與科技融合」：力圖促進文化與科技雙向深度融合，推動高新技術成果向文化領域的轉化應用，加強對傳統文化產業的技術改造，培育新興文化業態；鼓勵對舞臺劇碼、音樂、美術、文化遺產的數位化轉化，支持開發適宜互聯網、移動終端的數位文化產品。<sup>1</sup>此亦為本中心科發計畫之主要意圖與方法，因此希望藉由參展與實地考察，呈現臺灣傳統藝術和科技文創力量，提供跨國界參觀者獨特觀展經驗，達到文化交流目的。

文博會主展館位於深圳的展會中心，依據不同的主題與展示內容，共設置 9 個展館，分別是：1 展館【文化產業綜合館】、2 展館【創意設計生活 A 館】、3 展館【影視動漫遊戲館】、4 展館【非物質文化遺產館】、5 展館【創意設計生活 B 館】、6 展館【藝術品館】、7 展館【新聞出版館】、8 展館【文化旅遊館】、9 展館【工藝美術館】。除主展館外，另於深圳不同區域分設共 54 個分會場，包括創意園區、藝術社區、書城商場等不同性質場域。



囿於參訪時間有限，本次參訪行程以文博會之主展館為主，再擇選分會場中深圳書城中心城、南海意庫創意園區、梧桐山藝術小鎮等三個不同性質主題場域，進行實地考察觀摩；除會場參訪外，另赴深圳大劇院觀賞文博會藝術節重點展演劇目黃梅戲《小喬初嫁》演出，以瞭解大陸近期新編戲曲之製作發展、劇場表現及運用科技手法狀況。

## 參、參展暨參訪之效益與心得

### 一、資料蒐集重點整理

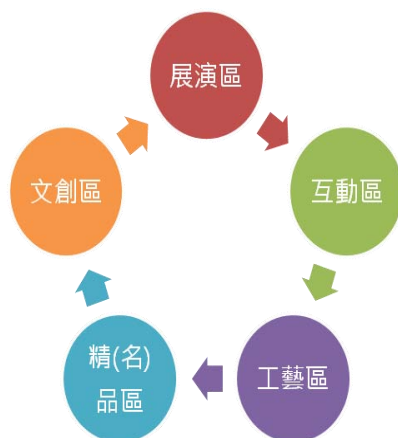
#### (一) 文博會主展館

##### 1. 臺灣主題館

由本中心和臺灣外貿協會共同策劃的「金彩臺灣－臺灣主題館」，係設置於主展館之 2 展館【創意設計生活 A 館】之中，主題館展區規劃為四大區塊：主舞台

<sup>1</sup>參考〈(大陸)文化部關於貫徹落實《國務院關於推進文化創意和設計服務與相關產業融合發展的若干意見》的實施意見〉，<http://www.ccitimes.com/zhengce/zhengce/2014-03-27/101479101479.html>。

展演及互動區、工藝及文創品區、互動拍照區、臺灣音樂數位展示區。主要以傳統藝術為內涵，透過多媒體數位轉化及展示，增添傳統藝術的展示樣貌與多元性，運用互動科技手法，以不同角度重新詮釋，賦予傳統藝術另一種新生命，並透過現場展演示範、多媒體互動遊戲及拍照等動態體驗，活化展示手法與觀展經驗。



### (1) 主舞台展演及互動體感—相招鬥陣來看戲



主舞台視覺規劃為兩款 1920 年代期間大稻埕之繁榮景象，以當時元素為題材加以轉化應用，利用該地區建築、文化元素、戲台表演、常民生活等娛樂活動，呈現臺灣早期廟埕的故事。同時藉由多媒體數位科技轉化應用，讓民眾透過身體的感知，從遊戲中了解體會箇中的文化及趣味，進而傳遞傳統文化藝術之內涵。



配合本次展示之工藝與音樂主題，主舞臺區每日定時安排台語老歌演奏及

工藝家現場手作示範，分別邀請陳惠美與楊永在兩位工藝家現場試作具臺灣特色的春仔花及木雕之製作，吸引許多參展商及民眾的關注。



## (2) 工藝及文創品區

為展現臺灣傳統工藝之內容與內涵，同時透過數位互動科技方式，使其呈現更加生動活潑有趣，因此，除現場實際工藝品展示外，更將傳統工藝技法如樺卯技術、雕刻技法、門神彩繪等技藝，透過數位科技加以再製及轉化，並運用觸控式之螢幕及畫面顯示，讓民眾不僅僅是靜態的觀賞，更可藉由實際觸控操作親身了解傳統工藝的技術技法。

### A、工藝及文創品展示區



### B、數位科技工藝展示操作區



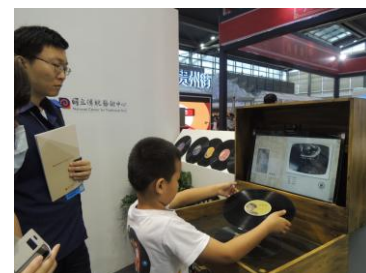
### (3) 互動拍照區

拍照裝置攫取生、旦、淨、末、丑等不同角色，透過造形設計將其造形分設為服飾、髮飾類元件，提供使用者自行選擇並按層組合。裝置結合觸控液晶螢幕及觸控程式，讓使用者依照自己喜好，創造出獨一無二的生、旦、淨、末、丑造型，並合影拍照留念，透過拍照的行動手法，進而介紹傳統戲曲角色及人物。



### (4) 1930~1945 年代臺灣音樂數位展示區

本次展覽以透過數位創意的巧思與運用，將原本典藏於資料庫中之臺灣 1930~1940 年代，如鄧雨賢、李臨秋、詹天馬、蘇桐…等創作者的歌曲，以及如純純、愛愛、青春美…等演唱家的原音，透過數位技術 SENSOR 的感應器與機台的運用，將原音重現，讓現代人回到過去，聆聽當年過去最流行的歌聲與當時的流行音樂文化。



## 2. 各主題館

深圳文博會為大陸唯一經 UFI 認證、規模最大的國家級文創產業展覽盛會，今年係第 10 度舉辦，據文博會提供資料，共吸引 2,263 個政府單位和企業機構參展，並有其他共 95 個國家及地區的 1.7 萬名海外採購商參與，國際化程度也攀新高。各主題館展示內容概述如下：

**1 展館【文化產業綜合館】：**以「文化與科技相融合，產業與市場相促進」為主題，是各館中展覽內容最豐富、規模最大的展館，由大陸各省分政府組團為主，主要

展示影視製作業、出版業、發行業、印刷複製業、廣告業、演藝業、娛樂業、文化會展業、數位內容及動漫產業等行業的最新發展成果，同時展示各省市區整體營商環境和文化產業政策、投融資項目等。



## 2 展館【創意設計生活 A 館】：以「創意引領未來，設計改變生活」



為主題，以體現創意設計、時尚生活的文化產品為重點，包括展示臺灣創意文化精品、大陸各省市區高端時尚的文化禮品、工業設計精品、現代工藝品、工藝美術大師作品及海外文化精品等。例如由傳統鉛字印刷研發出的漢文化系列文創商品便很受歡迎，吸引許多人潮駐足觀賞。

本中心參展的「臺灣主題館」即設置於本展館「臺灣文化創意館」展區中，因此 2 展館為本次參訪的重點。由臺灣外貿協會所籌組的「臺灣文化創意館」參展團，今年已是第 6 度來到深圳文博會，今年臺灣館有近百家廠商共同設置「臺



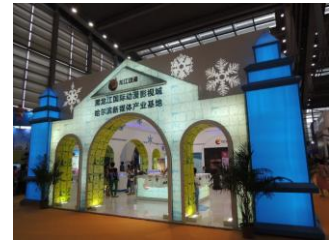
灣文化創意館」，包括故宮、藝拓公司、法藍瓷、創意連結公司、圖騰克、現場整合行銷公司等，仍是深圳文博會規模最大的海外參展團，其中首次參展的圖騰克以隨身化、個性化之香道產品深受民眾的歡迎，特別是沉香體驗組和黑檀木隨身香筒等產品。

據中時的採訪報導，臺灣參展廠商本次參展成果豐碩，紛紛接到與當地業者合作的機會，例如藝拓公司此次以故宮授權商品「小乾隆」系列作品及多寶格裝潢吸引眾人目光，已與四川知名旅遊地產開發商達成項目顧問、品牌代理及旅遊產品開發等初步合作共識，預估後續商機約可達 70 萬美元；創意連結公司與深圳最大 3C 周邊產品開發商已談成 P17 及 Kellykiwi 等圖像授權；現場整合行銷公司原即鼎泰豐授權商，本年為首次參展，即獲江蘇最頂級藝文書店那美書店及大型連鎖新華書店等青睞，紛紛洽詢鼎泰豐創意書籤進駐及設計合作等。此外，如故宮授權商好合苑，不僅有深圳博物館等前來洽談紀念品設計開發，亦有文華書店進櫃及南京代理等多項合作案洽談中。<sup>2</sup>



<sup>2</sup> 參考中時電子報，〈《貿易》臺灣文創，驚艷深圳文博會〉，  
<http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20140520001951&cid=1207>。

**3 展館【影視動漫遊戲館】：**以「新媒體、新生活、新未來」為主題，搭建一座具有國際性、專業性、權威性的展示、博覽、交流、交易平臺，展示新媒體業界的新理念、新技術、新產品、新潮流，打造新媒體影視及動漫文化產品品牌展會。



大陸為推動動漫遊戲發展，於 2009 年組建以引領動漫遊戲產業實現跨越式發展為使命的國家級文化企業



集團，主要致力於完善動漫遊戲產業發展的公共服務平臺，同時也承擔著製作和生產動漫遊戲精品的使命；自成立以來，參與了籌建動漫遊戲城等動漫產業園區、基地，並參與生產製作《熊貓總動員》等影視產品，今年在文博會的促成下，開創了動漫與民間剪紙藝術合作的先河，打造一系列剪紙藝術動畫片，既傳承了民間剪紙藝術，又使得動漫的形式和內容更具中國特色，成為此次文博會的亮點之一。<sup>3</sup>而在本主題館的一隅即設有版權交易區，得現場進行版權交易洽談，顯見大陸發展影視動漫文創的企圖。

**4 展館【非物質文化遺產館】：**以「傳承、技藝、產品、保護」為主題，重點展示大陸具國家級、省級非物質文化遺產專案、民間傳統手工技藝、民間傳統美術作品與工藝，及非物質文化遺產保護成果等內容。



本館雖展示各地區珍貴、代表性非物質文化遺產，例如香雲紗、蘇繡、蜀繡、蠟染、景德鎮陶瓷器、面花、唐卡、唐三彩、木雕、琺瑯掐絲畫等，惟大多為陳列性展示，看似與一般普通商品無異，整體上缺乏精緻與設計感；部分則利用現場工藝手作或動態表演來招徠人潮，如列入非遺的深圳傳統小吃「合成號」便以納入世界級非遺的粵劇戲曲表演，聚攏人潮，福田區戲劇協會的粵劇班將此傳統戲劇在文博會中演出，其中小朋友的戲曲表演相當到位，最為吸睛，也獲得媒體的採訪報導。

<sup>3</sup> 參考文博會網頁資訊，〈【動漫遊戲類】中國動漫集團與剪紙藝術家盧雪攜手〉，<http://www.cnCIF.com/News/NewsDetail.aspx?cid=13&nid=12157>。





**5 展館【創意設計生活 B 館】**：以「工業設計、品質生活」為主題，重點突出創意設計與工業產品的融合，著力打造設計品牌，主要展示造型設計、機械設計、電子產品設計、環境規劃、室內設計、建築設計、包裝設計、展示設計等內容。

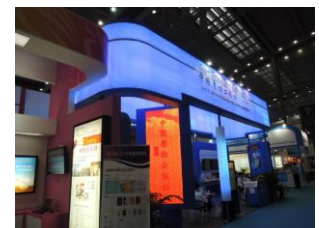


**6 展館【藝術品館】**：以「傳承文化、感悟藝術」為主題，以具有學術代表性的國內外知名美術機構、國內外美術院校、藝術品經營單位等為主要組展範圍，重點展示國際上知名美術藝術學派的精品，以及中國國畫、油畫、工筆劃精品等。

本館主要訴求搭建專業化、品牌化的藝術品產業交流平臺，促進藝術創作與市場需求對接、與生活結合，並間接推動畫廊業健康發展，扶持經紀代理制畫廊等市場主體，引導、培育和建設藝術品一級市場，同時也是鼓勵原創新媒體藝術發展，鼓勵開發藝術衍生品和藝術授權產品，培育藝術品市場新增長點，並透過此交流平台，達到對於優秀青年藝術家的培育、宣傳、推廣服務的效益。



**7 展館【新聞出版館】**：以「傳承文化、改革創新、擁抱未來」為主題，展示大陸新聞出版行業改革和發展成就，重點展示新聞出版的新技術、新成果、新產品，體現數位出版發展的高端和前端，揭示出版業融入科技、商業等元素後的嶄新面貌。



**8 展館【文化旅遊館】**：以「遊中華、品文化」為主題，展示大陸知名文化歷史古跡、人文景觀、文化創意主題公園和文化旅遊演藝項目，大力培育文化旅遊消費熱點，開拓海內外文化旅遊市場，提升文化軟實力。

促進文化旅遊融合發展也是本次文博會重點方向之一，主要是鼓勵文化創意和設計服務進入旅遊業，提升文化旅遊產品開發和服務設計水準，促進發展特色文化旅遊，促進發展參與式、體驗式等新型業態；同時鼓勵



文化創意、演藝、工藝美術與旅遊資源整合，開發具有地域特色和民族風情的旅遊演藝精品和旅遊商品，並且支援建設富有文化特色與內涵的休閒街區、特色村鎮、旅遊度假區，加快培育文化旅遊精品。



**9 展館【工藝美術館】：**以「創意•挑戰•跨越」為主題，展示各種類型的工藝美術珍品，包括金屬、雕刻、首飾、陶瓷、抽紗、刺繡、琉璃、玻璃等近百種工藝品以及紅木傢俱、文房四寶、家居飾品等，打造工藝美術行業的權威展示交易和出口貿易平臺。



目前大陸對於工藝美術發展文創的方向，主要是將保護傳承和創新發展兩者相結合，在保護傳承傳統技藝基礎上，推動傳統工藝美術產品融入現當代生活，支持開發新技術、新工藝、新產品，增加藝術含量和科技含量，提高產品附加值，並進一步強化品牌意識，培育一批有較高知名度的工藝美術品牌。

## (二)文博會分會場

深圳文博會除了主會場之外，另設有 54 個分會場<sup>4</sup>，根據 2014 年 5 月 15 日光明日報深圳文博會特刊報導，從第二屆文博會開始，分會場從 6 個逐年增加，從深圳文博會每年發布的文博會數據，有關分會場的交易額、成交項目及配套活動也逐年增加，並與其他產業加速融合，透過文化+科技、文化+旅遊、文化+金

<sup>4</sup>本屆文博會計有田面設計之都創意產業園、深圳文化創意園、深圳書城中心城、雅昌藝術館、雅樂蒼音樂生活館、紫荊會中國工藝美術大師文化創意園、中國（深圳）新媒體廣告產業園、深圳工藝美術集聚區、深圳珠寶集聚區、深圳國家動漫畫產業基地、深圳古玩城、梧桐山藝術小鎮、廣田裝飾、深圳設計產業園、華強文化科技集團、華僑城創意文化園、華僑城文化旅遊集聚區、環球數碼、深大荔園、南海意庫、蛇口網穀、深圳職業技術學院創意中心、大學城創意園、鹽田國際創意港、東部華僑城、深圳 F518 時尚創意園、深圳西部國際珠寶城、雁盟酒店文化產業園、寶安藝術城、鳳凰古村落文化旅遊集聚區、T3 藝博城、深圳文化潮汕博覽園、大芬油畫村、中國深圳文博宮古玩藝術品國際交易中心、中國絲綢文化產業創意園、力嘉創意文化產業園、龍崗動漫創意產業園、寶福-李朗珠寶文化創意產業集聚區、龍崗創意設計集聚區、深圳市阪田手造文化街&創意園、深圳市甘坑生態文化創意村、三聯水晶玉石及中百飾創意園、深圳龍園觀賞石交易基地、光明喜德盛國際休閒文化創意產業園、深圳光明（雪仙麗）居家服飾創意穀、坪山雕塑藝術創意園、觀瀾版畫基地、國瓷永豐源、127 陳設藝術產業園、山水國畫產業基地、觀瀾紅木文化產業集聚區、1980 青春圓夢園、玫瑰海岸婚慶文化產業基地、深圳市通明實業瓷愛谷科技文化創意產業園等 54 個分會場。

融等，催生文化產業新業態。本次考察行程規劃前往當中的深圳書城中心城、南海意庫創意園區及梧桐山藝術小鎮等 3 個分會場進行參訪，分述如下：

## 1.深圳書城中心城

深圳書城中心城是深圳出版發行集團旗下的深圳書城旗艦店，位於深圳市中心區北中軸線，書店分 3 層，再各分南北兩區，建築面積達 8.2 萬平方公尺，是亞洲單體經營面積最大的書店。深圳書城中心城集「閱讀學習、展示交流、聚會休閒、創意生活」等功能於一體，是鮮活且富有情趣的複合式城市文化生活空間，共提供 30 多萬種中外出版物，組合 100 多個創意生活類項目，年舉辦藝文活動 700 多場，是深圳首批文化產業示範基地和文化旅遊型示範基地。<sup>5</sup>深圳書城不僅擔任文博會分會場，其出版發行集團也是主展館 7 展館【新聞出版館】的參展商之一。



深圳書城中心城為深圳首家體驗式書城，引進「書店商場二合一」(BookMall) 概念，類似臺灣的誠品書店模式，結合書店、精品及餐飲等多重功能經營。在中心城裡規劃出近 2 萬平方公尺面積用於展示與銷售出版品及文化用品，除設置中心書店外，還開設藝術、音樂、外文原版等特色店，包括人文社科書店、經濟管理書店、藝術設計書店、生活閒暇書店、科學技術書店、音悅時空主題店、青少年主題店、外文原版書店以及 24 小時營業的星光悅讀棧等特色店，組合近 30 萬種圖書；此外還整合星巴克、illy coffee、紫苑茶館、面點王、味千拉麵、可頌坊、仙蹤林、必勝客等餐飲業，以及休閒娛樂、創意產品和文化精品等項目，提供消費者一站式、多元化的文化消費選擇與體驗。



<sup>5</sup>相關資料參考該書城微博網頁，

[http://www.weibo.com/centralbookmall#!/p/1006061873423350/info?from=page\\_100606&mod=TAB#place](http://www.weibo.com/centralbookmall#!/p/1006061873423350/info?from=page_100606&mod=TAB#place)

## 2.南海意庫創意園區

「南海意庫(NANHAI ECOOL)」,又稱深圳創意產業園,屬市級專業文化產業園區之一,該招商局揭示,本園區係將舊廠房改造成南海意庫創意文化產業園,實踐從「製造」到「智造」的轉變,為深圳市的「文化+旅遊型示範園區」。意庫注重進駐創意生產者的生活需求,並鼓勵藝術家從生活中汲取靈感,用創意關照生活,營造具生活味道的創意。園區營運整合多方資源,建立展示教育、教育培訓、宣傳推廣及金融服務,拓展創意產業的發展空間,並嘗試以世界級的推廣活動支持創意產業的發展,如 2014 年創意科技與手工製作嘉年華即在此舉辦。



根據該招商局管理中心現場 2014 年 1 月之統計資料,創意企業與商家計有 182 家、其中設計企業 117 家,堪稱為設計師的冥想園,主要包括環境景觀設計(26%)、工業設計(15%)、廣告影視(14%)、文化傳播(9%)、服裝形象設計(12%)、居家設計(10%)、其它(13%)等行業,就業人術將近 5000 人,92%以上是本科及以上學歷,年產值人民幣 63.4 億、繳納稅收人民幣 5.9 億元。



以城市創意營造南海意庫的營運經驗,未來將以「永恆的夢工廠」為主題,打造融入藝術、設計產業及商業共生的綜合性創意產業聚集地,並以「內容+科技+消費」為核心的發展模式,作為蛇口再出發的動能。



目前南海意庫對商業文化街區的升級頗具成效,園區內擁有概念餐飲、創意零售、咖啡酒吧類商戶 65 家,其臨近海上世界,生活配套齊全,尤其是深圳地鐵 2 號線已經開通至蛇口,海上世界地鐵站離園區不到 5 分鐘路程,給入駐企業員工的生活與工作,帶來極大的便利。



園區借住優越的地理環境,堅持走高品質路線,規劃遵循整體、創新、低碳生態、綠色環保、簡潔實用的原則,力求小區建築群與城市環境和諧共生,綜合考慮個體與城市、個體與區域系統關係,整體

規劃被中國建設部評選為全國 35 項節能示範項目之一。

值得一提的是，南海意庫被稱為真正的綠色建築。它採用大量的綠色建築技術，在節能、節材、節水、環保等方面做了許多嘗試，綜合各單項節能技術亮點，整合創新，達到綜合節能 65% 的目標；通過生態補償措施，增加建築室內外環境的綠色植物面積，減緩建築在使用過程中對周邊環境產生的「熱島效應」<sup>6</sup>，並採取措施減低建築在使用中的「三廢」排放；就環保技術而言，根據實際情況對成熟的節能技術進行優化組合、整合創新，並在建築、空調、水、電等各專項設計中展示多種可供參照和採用的先進技術，以求達到國內先進水準，個別技術達到國際先進水準<sup>7</sup>。



### 3. 梧桐山藝術小鎮

深圳梧桐山風景名勝區在深圳經濟特區東部，西臨深圳水庫，東至鹽田港，南北均臨近特區邊界。風景名勝區鄰近繁華市區，面臨南海大鵬灣，與香港新界山脈相連、溪水相通，以濱海、山地和自然植被為景觀主體的城市郊野型自然風景區，景觀以其「稀」、「秀」、「幽」、「曠」為顯著特徵，其中「梧桐煙雲」被深圳市政府評為深圳新八景之一。面積為 31.82 平方公里，於 1993 年 5 月被廣東省政府授予省級風景名勝區。按照羅湖區委區政府的總體規劃把梧桐山村等 7 個自然村打造成為集文化、創意、藝術、旅遊為一體的藝術小鎮。



目前藝術小鎮共有 337 家公司行號進駐，其中法人企業 171 家、個體工商戶 206 家，包括香雲紗、百利瑪、金蟬子、省機電建築設計研究院深圳分院等重點企業。宏博昌榮傳媒集團在此建立了宏博昌榮傳媒信息大樓，面積達到近萬平方公尺，打造功能齊全的演播廳及演藝中心，中國國家蘭科植物種質資源保護中

<sup>6</sup>熱島效應，或稱熱島現象效應，是一個自 1960 年代開始，在世界各地大城市所發現的一個地區性氣候現象。具體來說，無論從早上到日落以後，城市部份的氣溫都比周邊地區異常的高，並容易產生霧氣。異常的溫度上升主要的原因，來自於大樓和柏油的太陽光的蓄熱，城市內部林立的大樓中的空調設備被排出的熱空氣，樹木的減少所產生的城市圓頂效應。近幾年，大樓不斷向高空發展，河流沿岸被覆蓋，都遮擋著風的流動，加劇了城市內部的高溫化。

<sup>7</sup>參考資料：中國經濟網經濟部落格 <http://blog.ce.cn/?109407>。

心也坐落其中。



梧桐山藝術小鎮作為第九屆、第十屆文博會分會場，在巷子坊和香雲紗聯手打造下，已成為深圳非物質文化遺產產業發展的典範之地。在這裡的藝術家比鄰而居，遍佈街巷的塗鴉，各具特色的門面，將這條由百年老街改造而成的藝術街，他們在這裡安靜地生活、創作，吸引了不少人好奇的眼光。這裡，有山水的樂趣，有流雲的空間，一半城市，一半郊野。

### (三) 文博會藝術節展演劇目－黃梅戲《小喬初嫁》

文博會期間於深圳大劇院有文博會藝術節同步展開，其中由安徽省黃梅戲劇院演出的新編戲《小喬初嫁》為本屆重點展演劇碼之一，邀請近年來活躍地方戲曲創作舞臺的張曼君擔任導演，舞臺劇《梅蘭芳》的著名編劇盛和煜擔任編劇，劇院的優秀青年演員何雲、梅院軍擔綱主演劇中主要人物小喬、周瑜，梅花獎獲得者董成扮演曹操，由京劇改唱黃梅戲跨刀演出，本劇是安徽省黃梅戲劇院最新打造的劇作。



安徽省黃梅戲劇院成立於1953年，常演經典劇目包括《天仙配》、《女駙馬》、《羅帕記》等優秀傳統劇碼以及根據民間傳說和中外古典名著改編的《牆頭馬上》、《孟姜女》、《梁山伯與祝英台》、《紅樓夢》等新編戲；近年來創作推出《雷雨》、《霸王別姬》、《徽商胡雪巖》等新劇碼，均以其獨特的神韻吸引世人的目光。本次展演新戲《小喬初嫁》故事



背景為三國歷史，以安徽歷史文化名人小喬為中心人物，刻意運用亦唱、亦歌、亦舞的生活化表現方式，還原一個來自民間的溫婉善良而又深明大義的女性形象。演出中，透過混合樂隊伴奏模式，並置轉換曹營、東吳等多重空間，彰顯戲曲舞臺的包容性，既營造出大氣磅礴的三國風雲，也凸顯黃梅戲

沁人心脾的優美唱腔。

綜觀來看，這部戲將三國故事、安徽元素和黃梅戲巧妙地融為一體，就表演而言，年輕演員唱腔身段均佳，情感表現細膩動人，表現可圈可點，尤其舞臺設計簡約新穎，沒有懸掛任何繁複的軟硬景，大量運用現代影像科技，以投影方式展現場氣勢恢弘的水戰場景，不僅在風格上與以往大陸新編戲偏好豪華的舞美大製作有所不同，在技術上亦有所創新。惟編劇將小喬塑造為溫婉善良而又深明大義的女性形象，她是賢妻，是良友，更是一位勇於擔當的巾幗英雄，如此極具傳奇色彩的救國英雄，可謂完美無瑕，但也因此欠缺了真實人物的人性與存在感，在編劇刻意的造神運作下，這位主人翁反而變得遙不可及，無法激起觀眾的情感連結與角色認同。

## 二、效益、檢討與心得

(一)本次本中心整合資源，與臺灣外貿協會共同以「臺灣主題館」參展，展現傳統工

藝、音樂、戲曲、宗教民俗等傳統藝術內涵與元素的現代化轉換，主要運用文創概念與數位科技手法，讓傳統藝術展現當代面貌。無論媒體、參展商及一般民眾，對於展會中的各項展示手法及展演活動，皆表示相當有創新及創意，吸引多家媒體採訪與拍攝，例如「鳳凰衛視」新聞以長達 1.5 分鐘時間專題



報導臺灣館開幕式，並在電視節目上播放樺卯及數位互動機台展示；大陸華南地區重量級媒體「南方都市報」專題報導：「聽聽原汁原味的黑膠唱片，到台北大稻埕霞海城隍廟拜拜月老……今年臺灣館還用數碼技術，把臺灣傳統文化搬到了深圳。」另深圳商報也報導「金彩臺灣，結合工藝品、數字內容及文藝展演，完

整呈現臺灣的優質文創產業形象。...展示結合工藝與設計的時尚生活精品，並呈現多媒體科技與跨領域力量，藉由互動體驗，讓觀眾感受文化歷史的懷思，重新詮釋傳統文化。」另就現場的展示或陳列，不論是



是工藝家作品或數位多媒體作品，皆吸引媒體的駐足與拍攝，其他採訪媒體包括經濟日報、深圳特區報、南都週刊、星邏日報、南都娛樂周刊、芒果傳媒、亞太衛視、共繪網、深圳晶報等。總結當地媒體和參展商對於本館展覽的評語為：「精緻、時尚」，對於本次結合傳統藝術及科技的創新之作，給予高度肯定。

(二)整體觀察本次當地媒體及民眾對於各項展示內容的反應，其中以音樂數位留聲機

的詢問度最高，不少觀眾反應該時期台語老歌的風格與當時上海的流行歌曲曲風極為相近，因此感到熟悉，甚至有不少參展商、投資單位意欲直接購買或投資本展品，然本中心本次的音樂展示著重於推廣與交流，故暫無考量銷售事宜；其次，戲曲行當的互動式拍照遊戲亦廣受歡迎，經常可見觀眾排隊等候遊戲，可謂



老少咸宜；工藝數位互動展示也吸引許多觀眾操作，尤以樺卯遊戲較受喜愛；而設置於主舞台區之相招鬥陣來看戲大型互動體驗遊戲，民眾對於所呈現之臺灣民俗活動如拜月老、抽籤、元宵節燈火、扛神轎等皆感到興趣，惟其互動體驗介面如能再細部調整，包括充實遊戲規則說明、增加感應靈敏度等，將更能發揮本項互動展示的效益。

(三)除展示外，本次同步搭配動態活動，包括兩位工藝家現場示範操作以及臺灣音樂家的現場演奏，其中陳惠美老師的纏花和楊永在老師的木雕現場手作展示，均吸引許多觀眾駐足觀賞，效果極佳，尤其搭配適當的解說、宣傳，成功招徠許多人潮，更直接帶動現場文創商品的銷售成績。另臺灣音樂演奏部分，主要將台語老歌《望春風》以電音方式重新混音製作並於展場播放，音樂家則於現場吹奏嗩吶和笛子樂器，以吸引觀眾關注與停留，其中演奏者的服裝造型係參考臺灣早期鄉土服飾，若能加以設計調整，與本次臺灣主題館強調文創、時尚的風格相互呼應，應更能整體展現本次展示的理念與訴求。

(四)本中心藉由本次參展，展現臺灣現階段對於傳統藝術的文創思維與創作成品，並了解對岸觀點與評論，就此部分而言，已充分達到兩岸文化交流與資訊交換之目的與效益；但對於形塑傳藝中心品牌而言，僅在起步階段，畢竟本中心為首度參展，又為整合資源、突出亮點，與臺灣外貿協會共同合作參展，因此傳藝中心自我的形象與品牌，尚未充分傳遞出去，仍有待拓展與建立。無論如何，本中心統籌國內傳統藝術資源，擁有豐富多樣的戲曲、音樂、工藝、民俗、舞蹈、雜技等傳統藝術內涵，兼具視覺與表演藝術元素，在各方面均具備條件與優勢，得以朝文創之路繼續深耕與發展，藉由掌握傳統藝術優質精粹的深厚內涵，進而建立自我品牌與口碑，並帶動品牌價值，開創有形價值與文創產值。

(五)本次參展的具體效益亦包括獲得後續參展邀約，例如中國環太湖藝術城邀約、第20屆魯台經貿洽談會—海峽兩岸文化創意及非物質文化遺產展邀約、以及金彩臺灣的整體展覽內容邀約等；此外陳惠美老師的纏花工藝更獲得新疆省某廠商邀約，欲邀請陳老師赴新疆進行技術教學與製作生產，惟此將涉及臺灣工藝技術之



轉移與外流，以及兩岸市場競爭等，應連同臺灣春仔花之著作權、品牌商標保護、以及臺灣工藝技術之保護與傳承等通盤進行考量，較為妥適。

- (六)除實際參展外，本次文博會活動現場的考察觀摩，亦為本次出國計畫重點之一。大抵而言，深圳文博會的重點在於商品的展現與交易，並新安排前二天為專業觀眾日，增加展會專業水平。因此參展商數量與成交額度，才是文博會效益的主要指標，但本中心本次參展與參訪目的在於展現臺灣文創成果、進行文化交流及活動觀摩，因此考察重點仍放在展示手法與亮點等觀察。綜觀各館的展示手法，以 2 展館【創意設計生活 A 館】及 5 展館【創意設計生活 B 館】此二館最具亮點，其呈現方式較多著墨於創意展現、氛圍營造及意象傳達，具有新意並能傳達對展品、展示的思考；另 1 展館【文化產業綜合館】、3 展館【影視動漫遊戲館】、8 展館【文化旅遊館】等 3 館則大量運用最新型、規模尺寸巨大的影音科技技術與產品，來展現各省分地區的自然景觀、藝術人文特色、影視創作等，最能展現文化結合科技的豐碩成果；至於 4 展館【非物質文化遺產館】、6 展館【藝術品館】、7 展館【新聞出版館】及 9 展館【工藝美術館】等主題館，則偏向傳統的展示手法，大多將產品陳列擺放，或者加入一些展示說明、現場試作、表演等來加強效果。故整體而言，仍以 2、5 展館較能窺見兩岸文創的精神與發展，1、3、8 展館則以規模、氣勢取勝，可以看見文創與最新科技的結合，其他展館缺乏設計感與新意，沒有將珍貴的非物質文化遺產以文創手法加以包裝呈現，相當可惜。
- (七)本屆文博會設置了 54 個分會場，結合了當地各類的文化藝術場域、文化創意園區、古蹟遺址等，除了文化推展以外，對旅遊產業亦產生一定程度的影響，如今年的文博會就正式宣布鳳凰古村落文化旅遊集聚區的成立對外開放，作為其中一項亮點。本次參訪的梧桐山藝術小鎮，集文化遺產、創意、藝術、旅遊等，自然景觀、居民生活及藝術家進駐等呈現出半山腰幽閒富情趣的生活風情，也不定期的邀請藝術家及居民舉辦藝文講座等活動，讓藝術慢慢的漫延融入生活中；而南海意庫因是舊廠房改建，呈現整體規劃發展的成果，更集中屬於藝術、設計等文創企業的進駐經營，除了對遊客提供參觀販售等服務外，許多商店以「B to B」的經營模式，產品與日常生活關聯度高且多元化，加上特色餐飲服務的引進，公共藝術也讓生硬的街景美化、藝術化，成為民眾及觀光客參訪的文創園區。觀此二種不同類型的藝術駐村經營型態，都有一共同特點，即與生活緊密扣合，顯示創意離不開生活的本質，進而創造價值，帶來商機。
- (八)透過本次文博會參訪，可發現大陸對於發展文創的企圖心與目標，是相當強盛並且全面性的，依據大陸文化部發布的《推進文創和設計服務與相關產業融合發展

意見》一文，其發展文創的目標首先聚焦於提升文化產業的創意水準和整體實力、充分發揮文化創意和設計服務對相關產業發展的支持作用、實施重要文化產業促進計畫與工程、落實支援政策和保障措施及加強組織實施等面向；而涉及提升的產業包括創意設計業、動漫、遊戲業、演藝、娛樂業、藝術品業、工藝美術業、科技業、文化旅遊業等以及各相關產業之人才培育等<sup>8</sup>，觀照層面極為廣泛。而由本屆文博會最後統計出的成績<sup>9</sup>，正體現大陸近年積極投入文創的實質成長與績效，值得我們深入關注、了解與參考。

## 肆、建議事項

### 一、立即可行建議

#### (一)強化本中心園區文化內容與科技、旅遊之鍊結，加速產業化

大陸在文創園區的營造上，大致有其基本模式，而強調與科技的結合，更是近期推動的主軸。為避免傳統藝術之持續勢微，必需使傳統藝術貼近普羅大眾的當代生活，應用高新科技轉化傳統藝術語彙，滲入各領域使用者端，成為喜愛者。本中心位於宜蘭冬山河風景區佔地 24 公頃，每年遊客約 120 萬人次，擁有示範基地的特質，將結合委外經營單位共同以傳統藝術做為文創研發的基礎，以文化為本，跨界融合科技和旅遊相關產業通路，提高生活美學創作價值，開發本中心公有資產之創新應用及形塑整體品牌的市場價值，包括典藏文物與數位互動、表演藝術與多媒體應用、文創產品研發等多面向的發展，建構產業模型，並可輸出巡迴展演。

#### (二)充實建構臺灣音樂內容蒐集、數位化典藏及展示推廣應用

音樂無國界，音樂溝通無須語言，音樂是進行國際展會的最佳元素與途徑，本次參展臺灣音樂展示便獲得觀眾與參展商的高度興趣與詢問，而充實建構臺灣音樂資料的蒐集及數位化典藏，應是首要工作。臺灣擁有豐富多樣的音樂種類與內容，包括客家、福佬和十四個原住民族的音樂、十九世紀隨著傳教士而來並融入當地語言與色彩的天主教、基督教音樂、從中國大陸傳至臺灣的華語流行歌、以及源於西方的藝術音樂創作等等，這些都是需要積極保存並得以加值運用的寶

<sup>8</sup>參考〈(大陸)文化部關於貫徹落實《國務院關於推進文化創意和設計服務與相關產業融合發展的若干意見》的實施意見〉，<http://www.ccitimes.com/zhengce/zhengce/2014-03-27/101479101479.html>。

<sup>9</sup>依據文博會網站訊息，本屆文博會文化專案和產品總成交額 2324.99 億元，比上屆增長 39.64%。超億元項目 190 個，比上屆增加 28 個。文化產品出口交易額為 161.38 億元，占總成交額的 6.94%，同比增長 30.33%。

藏，透過現代科技的數位化典藏，不僅得以長久保存，並能多元化加值運用，結合當代展示概念與科技技術，再行創造可能價值與產值。

## 二、中長期建議

### (一)加強表演節目之舞台設計創意和技術設備創新，豐富舞臺藝術表現形式

結合數位科技之表演藝術創新製作，已儼然成為發展重點趨勢，而傳統表演藝術透過新媒體的開發與結合，透過高度藝術性、精緻性與互動性之創新製作，將可促使並鼓勵年輕觀眾走入劇場，藉此活絡傳統表演藝術生態。本中心位於台北市區的臺灣戲曲中心將於 104 年年底落成啟用，成為國內首座擁有長駐劇團與樂團的專業劇場，未來將規劃一系列主題性、系列性的定點展演，呈現傳統表演藝術的新風貌。傳統藝術與科技的跨界演出，內容可從親子京劇、實驗小劇場、跨團合作、跨領域和跨文化合作等等著手，主要透過現代科技和傳統表演藝術的結合，開發新型態傳統表演藝術表現方式，讓傳統藝術與科技的跨界成果成為國際新亮點。

### (二)充實建構文化內容的調查、影音數位化及授權補實，因應大量新高科技所需內容

數位科技應用必需要有內容的支撐，傳藝中心自民國 91 年以來陸續執行計 24 項數位典藏計畫，成果豐碩且深具推廣價值，惟尚有包括文物、演出紀錄、劇照、海報、曲譜、手稿等計約 4 萬 6 千餘件待數位化及強化內容詮釋，；另國內目前在文化素材應用上，碰到最大的問題是授權不足，故需再清查補實授權，未來應持續並加快腳步進行活化創意應用，可集結政府與民間資源，選擇對國家文化主體性較強的發展重點分期建立文化與科技部門長期穩定的合作機制，藉具獨特性且可加值運用的傳統藝術資源，能發揮話語權，有效推廣到國際市場。

### (三)與經濟部國際貿易局中華民國對外貿易發展協會長期合作之可行性

經濟部國際貿易局中華民國對外貿易發展協會(貿協)主要在協助國內服務業拓展國際市場，主要推廣的核心服務業包含國際醫療、文化創意、連鎖加盟、資訊服務、管理顧問及美食等產業。本次文博會本中心嘗試與策展單位攜手合作，將本中心特有傳統工藝、戲曲及音樂素材作為臺灣館主題的展示內容，讓臺灣文化成為「時尚」、「精品」的代名詞，也讓大陸民眾看到不同以往的臺灣文化。建議未來可直接與貿協合作，共同研商每年臺灣主題館的策展主題，讓臺灣傳統文化可透過更多元的管道傳遞出去，一方面也可將本中心透過文博會推展出去。

## 參考資料

1. 國立傳統藝術中心，〈《藝術活水·創意聚落—文化展演鍊結科技計畫書》〉。
2. 經濟部投資業務處，〈《數位內容產業招商說帖》〉，  
<http://www.dois.moea.gov.tw/content/doc/2012052505.docx>。
3. 經濟部工業局，〈《2012 Taiwan 數位內容產業年鑑》〉。
4. 文化部官網，<http://www.moc.gov.tw/main.do?method=find&checkIn=1>。
5. 〈(大陸)文化部關於貫徹落實《國務院關於推進文化創意和設計服務與相關產業融合發展的若干意見》的實施意見〉，  
<http://www.ccitimes.com/zhengce/zhengce/2014-03-27/101479101479.html>。
6. 《中時電子報》，〈《貿易》臺灣文創，驚艷深圳文博會〉，  
<http://money.chinatimes.com/news/news-content.aspx?id=20140520001951&cid=1207>。
7. 深圳文博會網頁資訊，〈【動漫遊戲類】中國動漫集團與剪紙藝術家盧雪攜手〉，  
<http://www.cnCIF.com/News/NewsDetail.aspx?cid=13&nid=12157>。
8. 《文博攻略—羅湖分會場》，2014 深圳國際文化產業博覽交易會資料。
9. 〈羅湖區文化創意產業發展概況〉，深圳市羅湖區委宣傳部(區文化體育局)、深圳市羅湖區文化產業發展辦公室。
10. 南海意庫創意園區招商局展示資料。
11. 深圳文博會藝術節《小喬初嫁》演出節目單。
12. 《南方都市報》A05 版，2014 年 5 月 16 日。
13. 《光明日報》深圳文博會特刊 09 版，2014 年 5 月 15 日。
14. 《深圳特區報》A9 版，2014 年 5 月 16 日。
15. 《深圳商報》A04 版，2014 年 5 月 16 日。