

# 促進我國文化創意產業發展之研究：夥伴關係理論之應用

黃惠穗\*

## 摘要

文化創意產業是結合國家文化與經濟，不僅促成經濟發展與提升國家競爭力的綜效，也產生心理層面的共同體意識與型塑國家整體意象。由於文化創意產業在經濟層面與文化層面上增進國家競爭力的影響，因此受到各國的重視。隨著知識經濟時代的來臨、經濟全球化的趨勢等外環境因素；加上內環境條件包括台灣本身經濟發展上的限制與產業轉型需求，我國發展文化創意產業有其必要性與重要性。如何促進我國文化創意產業的發展，以促成國家總體經濟成長，是本文探討的主要課題。

本文從夥伴關係理論的角度，分析公私部門協力運作、夥伴關係的建立以及政府效能對產業發展的重要性與關連性。運用夥伴關係促進產業發展的過程中，政府更扮演關鍵性的角色。另根據英國與韓國兩個國家在文化創意產業發展的經驗，檢視我國文化創意產業的現況與成效並做為促進產業發展的參考。針對我國文化創意產業發展提出結論與未來政策規劃與執行之政策建議。

關鍵詞：文化創意產業、夥伴關係、公私協力

---

\* 國立東華大學公共行政研究所碩士班研究生。感謝國立東華大學公共行政研究所高長教授細心指導與提供建議。

## 壹、前言

文化創意產業是下一個新興產業。在知識經濟時代，文化創意產業所帶來有形的經濟效益與無形的文化底蘊與國家認同，並提高國家競爭力與國際形象，使得各國都十分重視與積極發展。

隨著全球化的浪潮，加上我國經濟發展上面臨困境與轉型階段，我國透過政策加以推動文化創意產業。同樣發展文化創意產業的其他國家包括英美等先進國家，甚至鄰近國家如韓國、泰國與中國大陸等，皆積極發展並產生顯著的效益。我國文化創意產業有發展的潛力與優勢，然而產業現況與困境為何？政策推行的成效、是否達成政策目標？他國如何發展成功？是否有值得我國借鑒之處？均值得深入研究。

產業發展除企業經營管理等層面的改善，國家政策方向、政府效能等也是關鍵的影響因素。公私部門協力合作是達成政策目標的有效方式，建立良好的夥伴關係對於政府施政與政策規劃執行有其助益。

本文旨在運用夥伴關係理論，探討促進我國文化創意產業之發展。全文結構除前言之外，文章首先界定文化創意產業的範圍，並進一步探討我國文化創意產業的現況；其次詳述夥伴關係理論相關內涵與要素；此外，分析發展文化創意產業卓有成就的英國與韓國之經驗；最後根據理論與他國做法，進而歸納公私協力、夥伴關係與產業發展之重要性與關連性，嘗試對我國文化創意產業發展提出政策芻議。

## 貳、我國文化創意產業之現況

### 一、文化創意產業界定

先進國家都十分重視文化創意產業。根據聯合國教科文組織(UNESCO)所公佈的資訊顯示，全世界文化商品交易在過去二十多年來，已經呈現跳躍式的成長，由1980年代初不及千億美元，到1990年代末已逾四千億美元的產值。目前文化創意產業受到各國關注，逐漸成為各國產業結構的一環<sup>1</sup>。

隨著全球化浪潮與國內經濟發展的需求下，我國也在2002年5月31日，行政院通過「文化創意產業發展計劃」，由經濟部、教育部、行政院新聞局與文化建設委員會共同執行，將文化創意產業列為「挑戰2008：國家重點發展計劃」，希望在2008年達到增加文化創意產業的就業人口、增加文化創意產業產值、提高國民生活用品與活動的文化質感、建構台灣特色之文化產業，提升創意風格、作為華文世界創意產業之樞紐平台等五項目標(楊惠琳，2003:10)。為扶植文化創意產業，具體做法方面包括透過政策工具<sup>2</sup>與跨部會工作<sup>3</sup>加以發展。由經濟部、文建會、教育部與新聞局共同成立「文化創意產業推動小組」，負責協調、整合文化創意產業相關事宜，行政院文化創意產業發展指導委員會負責監督、掌握發展方向，希望藉此落實與推動文化創意產業的快速發展(經濟部，2004:3-5)。

---

<sup>1</sup>以2003年資料，在香港，創意產業佔GDP的2.0%，佔其總就業人口的3.7%；在澳洲，創意產業佔GDP比重的3.3%，佔其總就業人口數的3.7%；紐西蘭的創意產業佔GDP比重約為3.1%，佔總就業人口數3.6%。創意產業在美國也相當蓬勃發展，其文化商品已在1996年成為美國最大宗的輸出品，首次超越了其他產業如軍火、航太、汽車、農產…等的輸出量(經濟部，2004:9-12)。

<sup>2</sup>從1、法規制度的修正-籌組文建會創意產業專案中心，提供租稅、貸款融資、與法律諮詢等服務；2、租稅優惠制度的提出-優先考量運用「文化藝術獎助條例」及「文化藝術事業減免營業稅及娛樂稅辦法」等現行法規來協助相關事業；3、文化創意園區的設置-文建會規劃五大創意園區為台北酒廠、台中酒廠、嘉義酒廠、花蓮酒廠與台北北門倉庫群，將依目前使用狀況、各園區地域資源、文化環境特性共同反應的在地特性，來進行各項規劃，包括設立數位藝術特區、表演藝術場地、視覺藝術展場及生活藝術交易平台等，並策略性扶植文化創意產業，成為跨專業與資源整合的平台，從這三方面做為政策工具(文建會，2003:22-24)。

<sup>3</sup>包括整備創意產業發展環境、成立文化創意產業推動組織、培育藝術設計及創意人才、促進產業設計重點產業發展、促進文化產業發展五大部分(吳密察，2003:61-62)。

此外，根據就業人數與參與人數多、產值大或關聯效益大、成長潛力大、原創性高或創新性高及附加價值高的原則，考量目前產業潛力、未來產業趨勢、已經著手進行的現況，並且和國際接軌，並參考國際上各國的分類，將文化創意產業的範疇設為 13 大類(文建會，2003)。由於涵蓋範圍廣，因此將業務分屬不同部會管轄<sup>4</sup>，如表 1。目前我國文化創意產業之重點工作、發展目標與績效指標如下表 2、圖 1。

表 1 文化創意產業範疇與管轄單位

產業名稱	管轄單位
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	文建會
電影產業、廣播電視產業、出版產業	新聞局
廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、創意生活產業	經濟部
建築設計產業	內政部

資料來源：文化創意產業專屬網站<sup>5</sup>；筆者自繪

表 2 文化創意產業重點工作、發展目標

重點工作	發展目標
整備文化創意產業發展機制	強化推動組織與協調機制；建立網路流通整合機制；整合發展活動產業；加強智慧財產權保護機制
設置文化創意產業資源中心	設置教學資源中心；成立國家級設計中心；規劃設置創意文化園區；成立國家影音文化資料中心
深化文化藝術核心	文化創意產業人才延攬、進修及交流；創意藝術產業；數位藝術創作；傳統工藝技術
發展重點流行文化產業	振興電影產業；振興電視產業；發展流行音樂產業；發展圖文出版產業；整合媒體產業資訊資源；發展數位休閒娛樂產業
台灣設計產業起飛	活化設計產業推動機制；開發設計產業資源；強化設計主題研究開發；促進重點設計發展；台灣設計運動

資料來源：文化創意產業專屬網站<sup>6</sup>

<sup>4</sup>根據 2003 年 7 月 9 日經濟部文化創意產業推動小組第三次委員會會議通過。

<sup>5</sup>文化創意產業專屬網站。<http://www.cci.org.tw/portal/plan/intro.asp>。下載日期：2006 年 2 月 8 日。

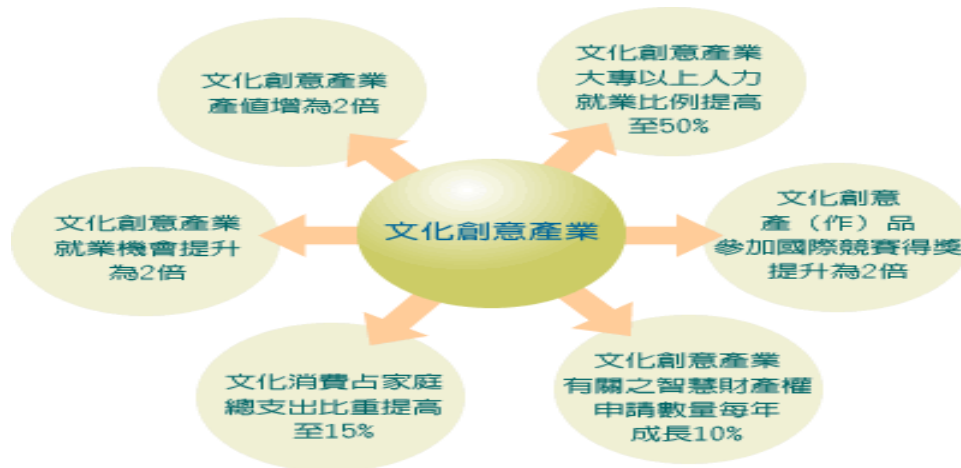


圖 1 文化創意產業績效指標圖

資料來源：文化創意產業專屬網站<sup>7</sup>

## 二、文化創意產業發展概況

從執行效果來看，截至 2002 年底我國文化創意產業的附加價值約為新台幣 2,365 億元，約佔 GDP 的 2.3%，支撐 186,600 人的就業(洪德生，2004：12)。2003 年產值為 2,635 億元，較 2002 年成長 14.01%，就業人口成長 3.1%(經濟部，2005)。

根據SWOT(優勢、劣勢、機會、威脅)分析目前我國文化創意產業之發展，具有優勢，也有劣勢；另外，面對國內外複雜的環境，未來的發展有機會，也有挑戰。其中，優勢在於我國有高科技的經驗、有符合文化創意產業型態的中小企業操作模式、教育素質良好與培養優秀人才、具有勇於嘗新與創新的能力<sup>8</sup>，以及包括 1、穩固的民主社會；2、多元文化與藝術表現已在世界上發光；3、華文世界的最大窗口；4、高科技的發展上，以科技島聞名世界，可供文化創意產業借

<sup>6</sup> 同註 7。

<sup>7</sup> 同註 7。

<sup>8</sup> 孫豪志。文化創意產業。國家圖書館遠距圖書服務系統。

[http://www.read.com.tw/web/hypage.cgi?HYPAGE=subject/sub\\_culture.asp&more=1](http://www.read.com.tw/web/hypage.cgi?HYPAGE=subject/sub_culture.asp&more=1)。下載日

期：2006/1/5。

鏡；5、教育普及，為國際人才的培育、交流、進階奠定良好的基礎；6、具蓬勃生命力，民眾勤儉努力與中小企業精神，在困境中屢屢堅強再起(文建會，2003：22-23)。機會包括台灣具有多元文化的形成背景與條件，在華文社會佔有重要一席之地等；威脅則是其他國家的挑戰如中國大陸的崛起。

即便文化創意產業是國家產業轉型與刺激經濟成長的一項新興產業，我國文化創意產業也有發展上的條件與環境，但仍面臨一些困難，形成發展上的劣勢。首先，雖然我國具有文化上的特色與優勢，但正式將文化產業化與推動文化創意產業政策的時間並不長，基礎建設與制度並未完善，而文化創意產業的建立比一般生產事業更需要時間、金錢與才情，國家品牌形象的改造非一蹴可躋，非某一部會的努力就可以達成，乃是取決於整個施政團隊、人民的價值觀，基本上需整個社會人文教育與美感品味，有賴長期紮根的基礎建設。

其次，我國無論知識資產或文化創意產業，以往其發展環境都不理想的原因，文化藝術的價值鏈短缺，幾乎都是創作者間原料供應商、加工廠、經銷商，然後直接面對消費大眾，未在各階段都創造出附加價值；而文化藝術業的生態結構也顯薄弱，底層面寬不足，創意從業人員少，中間的行政與製作人才尚未養成，頂端只有幾位傑出的藝術總監與高階經理(黃志全，2003：5)。目前學校欠缺培育符合產業所需求的跨領域人才，未有暢通產學合作的機制(楊雅惠，2005:70-71)。

第三，目前的文化創意產業，大多定位模糊<sup>9</sup>，而推動文化創意產業，一般人的直覺想法是由政府主導，給予優惠使參與者有利可圖的誘因，但政府非萬能，如何界定文化以及何種文化是消費者喜愛的，是難以回答的問題，雖然政府可從影響文化與創意的環境著手建構與改善，讓民間企業自由發展，但政府介入的程度是另一項難題。另外因為主管機關分屬經濟部、文建會、新聞局，各機關間如何分工合作與負起相關成敗責任的權責難清楚劃分也可能引起爭議(洪德

---

<sup>9</sup>在經濟部工業局的思考中必定偏重於經濟規模，文建會相關部門則偏重於藝術活動，新聞局的文宣策略則偏重於網路發行。

生，2004：12)。產業特質所造成行政上分工的困境、行政機關的角色重疊與資源重置、政策工具與行政資源無法相互支援的問題，加重我國推動上困難(經濟部，2004:284-288)。

另一個發展上的問題在於過去我國並未將文化創意視為產業，所以基本資料與數據的累積付之闕如。依各現代化國家而言，沒有數據統計的支持，很難做出精緻的政策(吳密察，2003：62)。此外，由於文化創意產業面向太廣，在定義文化創意產業範疇的部分，所面臨最大的問題在於創意概念無所不在。在現行行業標準分類中，無法針對創意與文化生成面以及製造層面做區隔，以致於許多被歸為文化創意產業的行業，都面臨產業分類無法區隔的問題，而部分新興藝文行業更因無法適當歸類而被分散列在每個產業的「其他」類別中。連帶的，是文化創意產業工作者界定上的問題(經濟部，2003)。

相較其他產業，由於創意者與投資者距離太遙遠，風險較難估計，文化創意產業的不穩定性較傳統產業高(吳密察，2003：65)。產品或服務需要核心產業與周邊產業共同完成，然而各產業特性差異頗大，對於創意的發揮空間也不同，無法應用在工業部門上下游產業供應鏈性質相近的概念。而文化產品價值的不確定，致文化工作者的收入不穩定，加上文化創意作品常屬無形資產，不易向金融機構募資(楊雅惠，2005：67-68)，以及文化藝術市場狹小、專業不受尊重、無法取得融資、社會價值體系等，都是發展的困境(方宗廉，2003：44-45)。推動過程中可能還包括企業缺乏專業提升能力；對不同區域及產業來說，政策難以周延；企業與文化工作者之間的距離仍遠；學校教育內容與時代需求的可能落後；文化創意產業產品輸出問題；群聚效應如何建構等問題(劉大和，2005:142-158)。

從其他產業發展成功經驗來看，如我國在科技產業發展傲人，其中一個主要原因在於產業界、學術界、民間與政府的集體合作，除具有共識外，更需要產官學研界共同參與(王國明，2002:50-53)。而文化產業的發展，需要文化本身與其相關的活動、社會、環境與經濟所共合的現象，文化政策支持的基礎在於社會的認同與力量(古宜靈、廖淑容，2004:91-111)。目前我國文化創意產業正值發展

初期，政府與民間的合作建立的機制尚未完善。而產業推動的社會資本不足，如民間對政府的信任度不足與對政策認知的不足，不論是公私部門間，產業知識資源與社會文化資本無法迅速累積，未能形成有助於政策推動的論述(經濟部，2004:289)。

由上所知，在全球化浪潮下以及經濟轉型的需求，我國發展文化創意產業有其條件與優勢，政府也透過各種措施與重點工作發展項目，設立績效指標來達到政策目標，從執行效果與我國文化創意產業上的條件與限制來看，在當前我國經濟成長的需求與失業率上升等連帶壓力，我國在面對國際競爭的威脅與挑戰之下，衡量現有的經濟優勢與社會文化條件，發展文化創意產業仍有其優勢與機會與值得發揮的空間，但除了文化創意產業鏈的限制、專業人才與資源整合的缺乏、產業合作的不足與文化價值與內容界定困難等問題，而我國政策執行的成效似乎還有成長的空間，而政府往往是推動產業發展與經濟成長的重要推力，如何解決困境並促進發展以帶動經濟成長，成為政府治理上的一項重要課題。而文化創意產業定義與類型十分廣泛，光靠政府的力量已不足制訂良好產業政策與執行，加上文化創意的點子多來自民間，若能結合私部門的知識、活力、資源與力量，以共同攜手合作促進產業發展。公私部門對於對夥伴關係的重要性有所認知與共識，建立彼此合作機制，加以促進文化創意產業的發展。

### 參、協力運作、夥伴關係、公私協力與產業發展

產業發展之成敗，公、私部門都扮演重要角色，政府治理角色上的轉變影響公私協力與夥伴關係建立成功與否，繼而牽動產業政策與經濟發展。現今國家機關扮演的角色轉變，從過去國家的權威性統治，轉變為治理<sup>10</sup>(governance)的方式。Pierre & Peters(2000:83-91)依據國家權力移轉方向的不同，將治理劃分為向上移轉的全球治理、向下移轉的跨域治理、向外移轉的協力治理。新的治理

---

<sup>10</sup>治理的特徵是指「引導和帶領一個社會或社區有目的的意圖」與構成「一套特定的組織上的安排」(Takahashi, Lois. M & Smutny, Gayla, 2002)。

結構轉變為「多層次治理」<sup>11</sup>(multi-level governance)，上從國際至國家到地方政府、社群都以協議的方式進行互動。多層次治理是一種各方協力合作的結果，亦是增進協力合作的機制(陳恆均、張國偉，2005:3-4)，是政府未來治理國家的趨勢，政策規劃與執行轉為採取協力合作的方式進行。

#### 一、協力運作、夥伴關係與公私協力的意涵

協力藉由共同計畫與其他人共事，並分享正面產生的利益；先前存在且僵硬的公私部門、不同層級的政府、志願性組織及社群等界線，亦可藉由協力來達成跨越組織界線相互合作的目標。協力可說是公共治理的新語言，可使用私人資本投資在基礎建設計畫上，或促使社群組織從事經濟發展或整合國家保健與社會照護服務(Sullivan & Skelcher, 2002:1)。根據 Vigoda & Gilboa(2002:101)提出協力活動的特徵包括：1、協力は高層次的策略(strategy)而非低層次的戰術(tactic)；2、參與者之間的強的連結鏈(即網絡)；3、涉及不同團體；4、涉及團體成員致力於長期的活動；5、運作的過程有正式的形態；6、傾向透明化。

Martha et. al(2004:173-180)提出協力運作的內在指標包括：溝通、承諾、公平、技巧與能力、信任、尊重，這些都會影響協力運作的品質。而協力運作的形式，Sullivan & Skelcher(2002:41-49)從組織觀點區分協力合作的不同形式，形成一種光譜的排列，從非正式的網絡特殊關係到另一端是高度正式化的互動，能有效導致協力組織整合成單一組織。其類型包括網絡、夥伴關係、聯盟與整併。Vigoda(2002:534-537)提出「多面向的協力(multidimensional collaboration)」，描繪出社會中各行動者之間的協力關係，如圖 2。

---

<sup>11</sup> Pierre & Peters (2001:131) 將多層次治理定義為「在跨國的、國家的、區域的和地方等層次中協商、非層級的交換制度」。

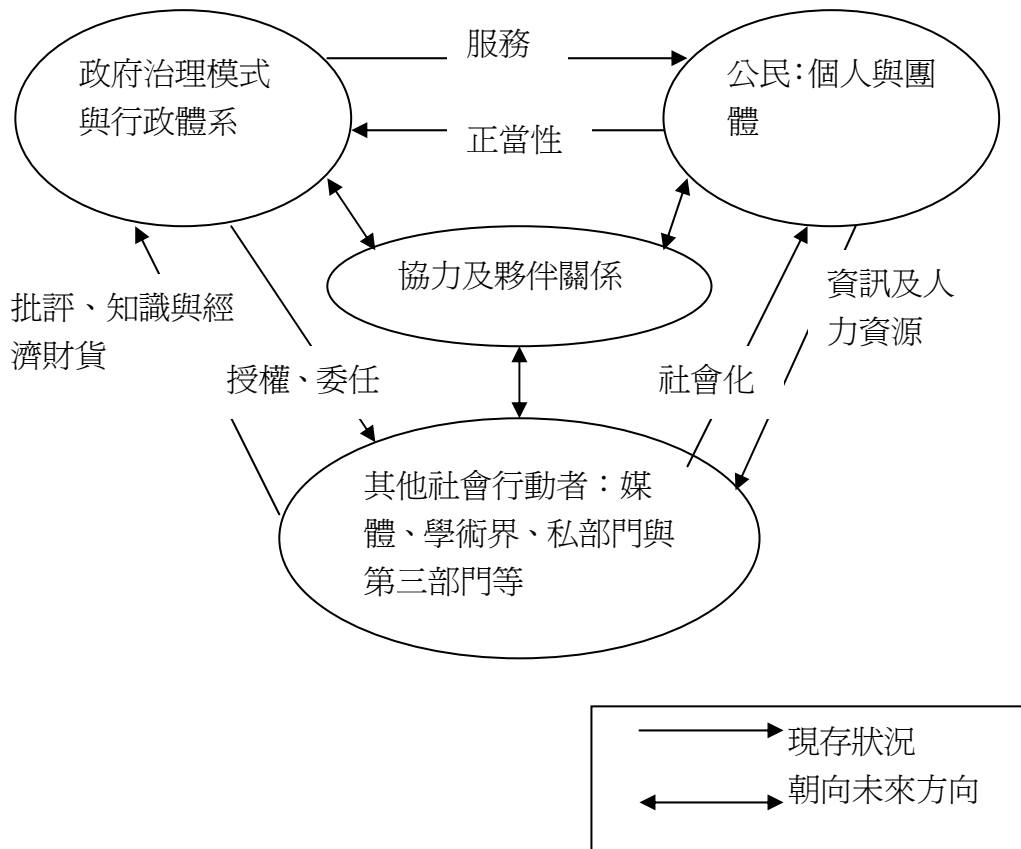


圖 2 社會行動者間多面向協力關係圖

資料來源：Vigoda, Eran (2002)

新的協力治理面向中，公部門與公民兩者在協力過程都同時負起核心責任，且在行政決策與行動中，擴大公民的參與涉入，因此公部門與公民在公共行政變遷與革新過程中，都應扮演積極的角色，而其他社會行動者在新的協力治理中亦有任務，如課責、溝通橋樑等。政府透過夥伴關係與各領域地方社群相互合作，並做到權力下授與分享，將各領域的事務能做到更完美的發展(Wilson, 2000:45-46)。

夥伴關係是一種從各組織與部門的結合改善服務與共享利益，可以提供新的技巧途徑、資源和做事方法以及革新。讓私部門或非營利單位有能力與資源去改善服務。在競爭中，服務的改善是增加政府效能與減少成本的條件之一，並非控制降低成本而已，最重要的是藉由合作夥伴關係的能力與權威去改善服務品質(Entwistle & Martin, 2005)。

在政府政策決策制訂過程中，合作的形成出現在政府組織間、政府與人民間、公私部門間，政府間的交互作用是規劃與決策制訂的研究主題，而公私協力的夥伴關係也是交互決策制訂的治理新型態。公私部門夥伴關係的建立，被當成是新的治理計畫，其目標是管理所有類型的社會行動者與網絡間互動增加的相互依賴關係(Teisman & Klijn, 2002)。

在現今政治行政系統之治理能力逐漸跨越行政法界及領域的狀況下，公私混合之治理系統，不僅得以降低管理需求，也可以強化合夥的能力(Kooiman, 1993: 1)。協力與建立夥伴關係有其必要性與助益，但協力與夥伴關係是否成功、長期影響層面、是否能維繫往往有不確定性(Takahashi & Smutny, 2002)。協力運作所形成的夥伴關係有其階段與週期。Lowndes & Skelcher (2002:309-311)提出協力運作具有其動態性而非靜止不動，反而是成員、領域、資源或委員會的改變，會影響到協力合作的議程及行動。協力合作的發展可視為是一個連續的過程，包括共識形成前、創始、正式化、運作、終結等五階段。協力合作可能會在任何一个階段夭折，各階段當中會出現不同治理模式，包括市場、科層體制網絡等。而在生命週期模型各階段中，其適用的治理模式與利害關係人之間的關係如表 3。

表 3 夥伴關係的生命週期模式

生命週期階段	治理模式	利害關係人的關係
建立夥伴關係前的協力	在個人間或組織間建立關係網絡	1、非正式、信任與合作，樂於一起共事來達成集體目的。 2、由於擁有不同資源，導致出現內部網絡與外部網絡，某些行動者被邊緣化。
夥伴關係的創造與鞏固	1、某些組織會層級化。 2、夥伴關係委員會和相關幕僚中存在正式的權威。	1、成員關係的認定和分配委員會席次會加以協商和競爭。 2、當非正式關係進行權力的平衡時，會使得網絡開始分裂。

		3、非正式的系統與安排會被正式化的流程和決策的層級結構所取代。
夥伴關係計畫的執行	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、脆弱的市場機制與契約安排。</li> <li>2、契約人員的管制與監督。</li> <li>3、建立關係網絡來協助生產的議價和管理計畫的支出。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、服務提供者間存在低度的合作關係。購買者會懷疑潛在的提供者過度販售。</li> <li>2、當夥伴關係決定同意的價格和資金的分配後，會激烈的區分出內部和外部網絡；並依賴網絡中的非正式協定，用以協商溝通複雜的契約。</li> <li>3、某些組織為出現以信任為基礎的合約。</li> </ul>
夥伴關係的終結與賡續	在個人/組織之間建立關係網絡被當成是一種手段，來維持機關的承諾、社區的涉入與人員的聘用。	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、夥伴關係終止後網絡提供的穩定性可能會再次出現不確定性。</li> <li>2、可能出現新的參與機會及拓展網絡的連結。</li> <li>3、信任與非正式關係在夥伴關係中的協商與競爭中，扮演了策略性的角色。</li> </ul>

資料來源：Lownde, Vivien & Chris Skelcher(2002)

組織間要合作，需要網絡組織間對於政策與合作窗(collaborative windows)<sup>12</sup>有所瞭解。合作窗的形成除需要四種量流的匯合外，也需要政府整合相關的、重要的、適當的利害關係人與參與者。夥伴關係存續受到治理結構、合作窗形成的影響，特別是在夥伴關係的初期。初期治理結構對未來夥伴關係是具有關鍵影響，因為組織的保守與合作治理上的耗時過程，一旦夥伴關係建立後很難任意改變(Takahashi & Smutny, 2002)。

另外，政府的態度也是影響夥伴關係維繫的因素。公部門往往基於統治需求機制上，藉由合作方式去設定社會需求，但未能追蹤與回溯每個人的需要，且不

<sup>12</sup> Lois M. Takahashi 引用 Lober 在 1997 年提出的「合作形成模式」(collaborative forming model) 包括四個相對自主的量流：問題(使情況惡化)、政策(問題解決方法)、組織(其意願會影響決策產生)、社會/政治/經濟(大眾觀念與大眾行為)。

願意放棄形式上的優越地位，在統治階層中變成是政治人物的需求而非社會需求。有些政府僅注意到本身的決策程序、規範與控制，也有嘗試將夥伴關係到傳統決策程序的模型中；如果政府無法負荷夥伴關係的複雜性，有可能會選擇傳統的外包方式。也就是現有的政府程序與形勢，會影響夥伴關係包括組織間、公民參與、公共-私人的合作關係，可能會回到部門任務、聽證會、契約外包等方式 (Teisman & Klijn, 2002)。

此外，夥伴關係優劣會影響提升政府績效與效能。由於政策的產生在政府間形成多層次互動關係，包括組織內或跨政府部門之間，其複雜與多樣化在政府治理的組織、管理、經營和技術的生產與供應上引起注意。政府間互動所形成的網絡與協力關係對政府績效與政策執行的成效上，會受到利害關係人的代表性與政府官僚體系或管理上影響 (Meier, Laurence, 0; Toole & Sean, 2004)。

政府的角色與效能對於協力過程與夥伴關係的建立與維繫有其影響力。協力合作過程的管理者 (此指政府) 需要建立不同技能，聚焦在宣傳、維持、採取組織的程序和態度，來緩和合作窗因時間與空間上改變所形成的特徵，以做為不同組織間的實踐、任務與議程間的橋樑，也需要平衡個別機關成長上的需求以及整體夥伴關係的持續性。一個有能力的管理者，由於有較多的合作經驗，能夠轉變初期治理結構，處理合作窗關閉時導致夥伴關係的改變，適切領導夥伴關係以適應改變的狀況，甚至戰勝初期治理結構的組織惰性。多組織的夥伴關係對於機關的涉入能夠提供好處 (Takahashi & Smutny, 2002)。在夥伴關係協力過程中，政府也需要因應決策改革過程的需要，而調整政府本身的制度結構與治理上的安排，並非以政府組織本身組織決定與利益為基礎，應當以參與組織相互的政策決定為主 (Teisman & Klijn, 2002)。

## 二、建立公私協力與夥伴關係的成功要素

體認政府各層級、公私部門、社區組織彼此之間夥伴關係存在的必要性，然而如何產生制度上正確的操作機制是一項挑戰，機制包括應該要擁有足夠的合作

動機、制裁能力、資源等，以利整合各個行動者(Parkinson, 1996 : 31 ; Carter, 2000 : 43)。

在跨政府層級合作上，需要透過適當的管理政策與完善的體系，妥善的管理改善政府效能與提升統治上的正當性。在政策管理上的政策網絡改革，累積知識並建立專業技能是重要的。善用政策管理，可能對改進政府績效做出貢獻，在管理層面上，面對不同任務和情況擁有更大的適應性和靈活性，政策管理網絡可透過談判協商達成，組織間的互賴上，市場與統治團體在政策管理上扮演輔助的角色(Metcalf & Les, 2004)。

公私部門互動所形成的夥伴關係有不同模式、策略與協力運作面向，協調是影響成功與否的關鍵因素。尤其公私部門在互動過程中，或因彼此利益觀點不同，或因政府複雜機構組織導致權責歸屬不清，以及政策倡導不足所造成執行上的阻礙等等，形成協力過程無法順暢的問題<sup>13</sup>。林惠華(2002 : 21-22)也指出，公私協力有其意義，但合作中存在可能的問題包括來自公私部門可能的困境<sup>14</sup>與來自整體面可能的阻礙<sup>15</sup>。健全的治理方式依據大家都能接受的遊戲規則，管理上有些緊張的情況必須透過雙邊或多邊的協商或經由更多正式仲裁管道來決定。多邊協商是不同合作類型中的主要方法與確定合作的條件，組織應建立協商的整合機制(Metcalf, Les, 2004)。

另從政策的角度來看，不同組織形成的網絡所面臨的可能困境，採取協調機制，做為機構間、計畫的過程和做決策之間的連結，或是全觀活動、聯合資訊系統與對話理念的發展：採取整合的方式，乃透過組織結構發展和專業人員的影響

---

<sup>13</sup>包括：政府缺乏明確政策，降低民間部門參與意願；民間部門組織結構實力不足；政府懼怕圖利他人的心態導致防弊措施甚於鼓勵；政府部門無法正確評估社會需求而使資源配置失當；契約內容規範不平等難以取得民間部門的信賴；政府內部不同層級單位間意見分歧缺乏有效溝通等現象。

<sup>14</sup>包括因民意代表監督與預算審議的過程冗長、彼此對公共事務認知的誤差所產生政策認知或執行上的差異所造成的障礙、公私部門害怕被冠上「官商勾結、圖利他人、利益輸送」之名、公部門因擔憂公務機密無法公開而私部門害怕流失競爭力而對所擁有的資訊進行一定程度的封鎖、公共財貨或服務的責任難以釐清與合作後的責任劃分等問題

<sup>15</sup>包括存在政治領域中的障礙、存在司法領域的障礙、存在社會文化面的障礙、存在科技範疇的障礙、存在經濟面向的障礙等等

的一種實際執行上或協調生產工具。這些網絡連結機制可運用在不同政府層級間，網絡型態也受到協調整合機制連結程度的強弱而有所差異(Perri, 2004)。

另外，組織學習對組織是有利的，從其他組織的經驗來學習是組織學習的一項重要工具，可以透過單一來源擴散到整個組織範圍(如政府立法與引導)；透過組織與個人行為的接觸；以及這些機制的混合，當學習是透過組織與個人間的接觸而後透過其他人的散佈(如專家學者、訓練與教育組織等)(Hartley, Jean & Allison, Maria, 2002)。Maggio and Powell(1983)形容這些過程是強制性的、仿效的、規範的。在這些項目中，網絡主要是一種仿效的研究途徑，雖然可能被視為是含蓋在其他途徑中的要素。組織網絡間透過參與者彼此分享知識，藉以轉換知識為如何採取一些程序來讓政策執行更順利。從整個組織層次來看，若想改善公共服務，組織學習與知識的轉換是很重要的，改變組織與文化並透過學習產生不斷改善的效應。因此，學習是政府提升效能的一項重要元素(Hartley, Jean & Allison, Maria, 2002)。

此外，合作模式需要靠夥伴之間長時間培養高度信任關係，進而瞭解彼此的目標與資訊分享，縮短協商時間與減少夥伴關係在合作上的衝突。關鍵的要素包括目標、妥協、溝通、民主、平等信任與決心。信任是十分重要的，避免次級組織間產生虛偽欺騙、不對稱的資訊與機會主義，然而過度的信任可能對合作產生敵對的負面影響，使得無法推動最佳解決方案，過多的信任會使計畫偏頗或引起爭論而威脅到夥伴關係(Entwistle & Martin, 2005)。

## 肆、他國發展文化創意產業的經驗

許多國家推動文化創意產業成績卓著。從經濟發展與產業競爭力的條件與要素<sup>16</sup>來看，英國與韓國在經濟發展與產業競爭上均有其優勢與條件。因此，本

---

<sup>16</sup>從現代經濟分析，經濟發展應具備生產擴大、技術進步、產業結構變化、資本累積、國際經濟關係進步、需要結構變化、制度進步與價值觀的變化等條件，而經濟發展的要素則涵蓋社會安定之信心、守法習慣的養成、法定制度建立、民主政治改革、國民教育普及、國民儲蓄累積、基礎設備興建與自由市場改善等(吳勇猛等，2002:3-10)。另外，根據市場經濟發育，資源要素的重

文以先進國家的英國與鄰近台灣的後起之秀韓國為例，簡單介紹其產業發展之內容與做法。

## 一、英國

英國政府的創意產業政策源自於1997年英國工黨布萊爾首相的直接推動，為目前國際上產業別架構最完整的文化政策。英國為有計畫的發展文化創意產業，在1997年成立創意產業策略小組，而文化媒體暨體育部，在1998年提出創意產業的定義與完整的報告。2001年的「創意產業報告2001」中，正式將創意產業區分為十三類。英國創意產業輸出推廣顧問團曾針對創意產業所面臨的優勢、機會、弱勢、危機(SWOT)做出報告，以核心產業、設計產業、文化遺產與觀光產業、表演藝術產業等四個不同的產業範疇，檢視並分析前述產業在進行創意產業升級時的關鍵環節並提出建議。其研究結果清楚揭示目前創意產業的現況與條件，使政府有持續支持的參考依據，也能讓有意跨入創意產業市場門檻的貿易者有所遵循(經濟部，2003:6-9)。

在政府部門方面，1997年英國政府部門整合相關領域如技術與教育、出口提升、金融協助、稅務與法規、智慧財產權、地方事務等，並由創意產業策略小組在出口、教育、金融、地方發展等方面提供協助。英國政府對創意產業的協助，包括對加強出口的援助、教育訓練、金融援助、地方發展等方式。在出口援助部分，透過檢視與探討，瞭解如何整合不同領域的事務，並提供促進產業出口成長的方針，藉由形成貿易夥伴組織與其他政府部門的協助(經濟部，2004:6-9)。

以內容產業為例，在產業相關組織如影像協會的協助下進行現況與障礙的瞭解，尋求最佳運用政府資源的方式，並對特定工作族群進行確認、對政府提出建

---

要性逐漸下降，體制的重要性凸顯，強調產業競爭力是以更有吸引力的價格與質量，來進行設計、生產與銷售產品與勞務的能力，能力取決於產業國際化程度、政府管理能力、金融體制、公共基礎設施、科研成果轉換率、企業管理體制等因素(花建等，2005:31)。從全球範圍來看，文化創意產業的競爭不僅是企業實力的競爭，也是國家與地區間的產業環境競爭，合理的產業政策、國際化程度高的產業環境、產業資源豐富、租稅優惠、良好社會服務、完善基礎設施等，其產業越容易形成強大競爭力(花建等，2005:137)。

議與關鍵性影響的政策；設計產業透過設計夥伴(Design Partner)來整合設計產業中的關鍵成員；表演藝術產業透過表演藝術發展群，從事研究成果、有效運用政府資源、形成有利其發展的政策方案等工作，以拓展海外市場。另外，與大學組成創意產業高等教育討論會，提供政府制訂產業政策的建議，並提供相關教育訓練與研究。為加強地方發展，整合中央政府七個相關部會，成立單一工作窗口，使地方政府可以統合中央產業發展政策，並加以執行，同時成立地方發展辦事處，負責協調協同區域經濟發展與更新，強化英語區競爭力以及平衡區域間發展(經濟部，2004:6-9)。

英國文化創意產業的成就斐然，與政府的政策支持息息相關。首先，英國透過客觀詳盡的基礎研究，做為政府制訂產業政策的重要依據；第二，由於數位化的影響，數位科技大幅改變多媒體製程，降低廠商成本，也提高產品品質，也使得消費者消費習慣改變；第三，透過國際間、政府各部會、政府與業者以及業者之間良好的合作與溝通聯繫，是文化創意產業發展的要素之一；第四，協助業者尋求資金與籌措資金；第五，以法令提升業者產品的水平或推展與他國的合作，以及其他相關措施(經濟部，2005:3-4-1~3-4-4)。此外，英國政府對於企業、藝術與社區合作的推動十分用心，透過組織合作促成產業發展(文建會，2004:71-83)。英國除政策工具與方案推動外，政府與民間保持良好合作與溝通是其產業發展成功的關鍵因素。

英國的文化行政主要是由政府出錢，交給民間去做的型態(夏學理等，2004:198-204)，其文化政策上的做法，是採取政府外組織主導式的贊助方式，透過成立藝術評議會(Art Council)，其資金是來自民間基金會(漢寶德，2001:137-139)。1997年英國工黨政府執政後的文化政策方向，將過去以補助為主的政策轉型為協助去創造資源(梁賢文，2001:18)。將創意產業組織獨立出來，交由文化媒體體育部負責政策制訂、經費分配，而政策執行則交由其他部門如電影委員會、博物館等機構，以有效推動。

英國政府的管理方式是採取「自治原則」-文化自治、地方分權，各單位獨

立運作，中央政府不直接干預，只廣泛設立政策和審核的指導方針。此外，為推動創意產業，政府設立產業任務小組：由各部會首長、民間創意業者代表組成，一起釐清產業發展上會遭遇的主要問題，以及維持成長所需要的援助。政府也加強民眾對創意產業的認識，從建立創意產業的藍圖，具體化創意產業的規模與確保未來發展；也教育藝文界文化活動影響層面包含文化面與經濟面。英國政府與民間通力合作，以夥伴關係推動創意產業。英國的創意產業企業不希望政府干預太多，希望政府協助建立健康優質的環境，幫助產業未來發展，政府負責統籌與扮演催生的角色。英國政府秉持自治原則，完全將權力下放給地方政府機構，使地方機構可以快速整合地方資源，很快得到預期成效。由於文化創意產業需要民間的支持與配合，所以英國政府以夥伴關係做策略聯盟，將影響力快速推動到民間，有效促成產業發展，產生不小的效益與成就<sup>17</sup>(劉大和，2005:163-171)。

此外，英國透過跨領域的整合，透過建立聯繫網絡(network)的平台，產生交流與對話，彼此瞭解與交換想法，形成跨領域的產業合作，經由許多不同部門或機構合作與結盟，由政府與民間自發性形成的俱樂部、基金會、協會、委員會等各種類型的組織合作，例如由政府補助、與藝術教育政策相關的政府機構「創意夥伴關係」(Creative Partnerships)，透過學校與專業機構、藝術家、專業人士等的長期合作，推廣創意學習，建立起學校系統與外界專業資源間的合作管道，建立合作機制與模式(李俊明，2004:101-109)。

英國創意產業建立在原來的文化環境基礎上，不論是中央政府、地方政府、第三部門，每個組織管理、資訊科技、財務能力都非常清楚，因此無須增加人力太多卻能提升總體效能。而加強橫向、縱向溝通，且培養交叉經營人才，增加總效能。英國在推動創意產業的過程中，仰賴許多小型組織團體，「第三部門」的角色尤其重要(李俊明，2004:127-135)。政府政策擔任資源介面、傳播、硬體設備等民間無法做到的工作，強調企業與藝術團體的合作串聯。因此，除企業贊助、參與等為文化藝術挹注資源的輔助，政府介入重點扶植文化與藝術內容是維護良

---

<sup>17</sup> 以 2001 年統計資料所知，英國文化創意產業創造超過 GDP 的 5%，1120 億英鎊產值，出口值 103 億英鎊，雇用 4.3% 的就業人口(130 萬就業人口)，佔世界貿易 16%(劉大和，2005:171)。

性文化環境的基礎(李俊明, 2004:142-145)。

英國文化政策強調借重民間的創意與活力，文化藝術的發展回歸由民間主導，個人、團體非以政府政策為發展指標，可依其喜好與其認為對大環境有益之事進行創作、研究發展和推廣。政府為協助輔導之角色，職責在於設立各類完善補助機制、健全文化發展建設、協助補助計畫確實執行、提供諮詢與資源連結。英國文化創意產業由下而上的機制設計，根據基層負責藝文補助單位向受補助的團體或個人徵詢下年度計畫，做為編寫下年度計畫編列補助預算之參考，上層根據計畫的急迫性決定補助的先後再向上呈報。中央雖每年訂定優先性政策方向，適合調整補助與執行優先順序，不會以政策方向來影響民間藝術文化的計畫方向，反而從民間提案的內容方向來掌握社會前進的脈絡，因此補助結構能隨社會變遷適時調整而具彈性、適用性與靈活度(李俊明, 2004:155)。

## 二、韓國

韓國自 1997 年爆發金融危機之後，韓國政府意識到單憑重工業來支撐整個國家經濟是不足的，因此開始將資訊投注於資訊、娛樂產業等與文化相關的產業，從人才、研發、直到完成後的國際行銷等，開始採取一連串有效的作法與協助、輔導，以作為未來韓國經濟成長的種子。

1997 年 8 月韓國政府制訂「新創企業培育特別法」，針對數位內容、網絡、資訊科技產業等新創企業，提出獎勵政策來協助產業發展，1998 年起更推動包含中小企業在內的新創企業發展政策，包括稅制支援政策、資金支援政策、人力資源協助政策。由於政策再加上網際網路的快速普及化，使得新創企業蓬勃發展。韓國政府當時更積極投入資訊基礎建設，擴散與流通社會價值，資訊傳播基礎建設與社會中的結社力量相結合，形成產業發展的主力(經濟部, 2004)。

1999 年，韓國國會通過「文化產業促進法」，明訂對於文化、娛樂及內容產業的協助。此外，透過法律明文規定國家與地方自治團體必須在資金與技術方面

支援文化產業，文化首長也必須就擬定文化產業之培育、扶植措施與其他相關機關首長協議<sup>18</sup>。2001年更設立文化產業振興學院(KOCCA)，致力於文化產業的發展。韓國政府在文化產業領域的投入，由韓國觀光部的數據可以看出，從韓國文化產業預算佔政府總預算的比例，可凸顯出韓國政府在經濟危機之後對於文化產業促進政策上的加碼效果。2001年韓國文化產業的總市場值約達100億美元，出口值也有3.28億美元之多，佔韓國出口總值的0.22%(楊舜慧，2002)。由數據可知，在韓國政府致力推展文化產業而有著不錯的成績。

韓國2005年發展文化創意產業之目標，透過營造文化創意環境、深根推動文化創意產業、培育文化創意產業所需專門技術及專業人才、協助產業開發新型文化創意技術等工作，並採取獎勵措施，以技術支援、支援中小企業創業、協助文化創意所有人製作文化產品、扶植廣播事業、協助跨國合作、協助地方政府設置文化產業工業園區、免除文化產業業者相關工業園區各項行政費用與租稅優惠等。韓國為放大優勢與回應外來之競爭優勢，調整發展文化創意產業的策略為：融合創作力量，將「產業-產業」、「產業-學術」、「產、政、研」、「產、學、藝、技」與「產、學、藝、技、政」等五軌(5 Synergy Effect)予以整合，共商韓國未來發展方向，加強創意內容之研發(Creative Contents R&D)，推動產業革新，超越國際企畫、製作及物流水準，確保國際市場競爭力(經濟部，2005:3-4-12~3-4-17)。

根據南韓文化內容振興院(KOCCA)國際行銷資深經理金洋辰(Kim, Yang-Jin)指出，發展文化創意產業，除政府協助業者建立國家形象及國際競爭力，也需要政府與民間都有發展文化創意產業成為未來國家產業主幹的共識，才有可能全力發展<sup>19</sup>。韓國Sovik創投公司理事金永敦(Kim, Yeong Doa)也建議，政府應該帶頭投資文化創意產業，以帶動民間創投資金投入。由於韓國政府重視文化創意產業，有不少獎助投資計畫，韓國文化創意產業的資金來源主要來自包括政府與創

---

<sup>18</sup> 劉新圓，南韓的文化振興藝術法，

<http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/092/EC-R-092-010.htm>，下載日期：2006/1/31。

<sup>19</sup> 經濟日報2004年5月6日。

投資者，而政府扮演重要角色。在具體做法上，韓國政府贊助審查評選為「明星計畫」(Star Project)的案子，每年大概審查二至三次，平均一年有 10 到 15 件，成為明星計畫，增加創投資者的信心與興趣，有利吸引民間資金。韓國政府做法是參考美國，當產業剛起步時，政府可率先投資與承擔風險，帶動民間資金投資<sup>20</sup>。韓國文化創意產業的發展是基於有效的政策與社會基礎條件之配合，加上資訊基礎建設，促成文化創意產業之加速發展(經濟部，2004)。整體來說，韓國政府的政策與做法、地方與民間新起的創業活力、大企業努力經營國際品牌與形象，加上韓國人民特殊的團結愛國意識等，是韓國發展成功與經濟成長的因素。政府除把文化產業做為國家發展的重要產業之一，觀念與政策的確立，亦採取一連串有效的實際措施，如透過文化經費預算的提高、明訂法律、成立產業基金、成立專案組織等，從製作、研發、生產、行銷等各階段，政府都積極發揮協助的功能。此外，更積極從各界延攬專業人才，推動政策。政府除鼓勵文化產業的中小企業創業，也積極尋找地方特色產業做為積極發展的地區(楊瑪莉，2002:150-164)。而南韓政府對於文化創意產業發展具有通盤考量與制訂產業政策方向，邀集相關業者並與民間合作，擬定政策與相關組織來引導產業發展，南韓政府採取強勢主導的方式來推動產業政策發展與經濟成長。

從英國與韓國的產業發展政策來看，政府皆扮演關鍵的角色，並透過公私協力與夥伴關係之建立，結合產官學界的資源包括人力、知識等，透過協商與溝通方式制訂政策與措施，以公私協力方式帶動產業發展，政府的角色是引導與凝聚共識。兩國在具體做法上略有差異。英國在文化創意產業發展的推動上，採取由下而上的機制，形成不同類型的夥伴關係組織，促進文化創意產業的發展；相較於英國，韓國政府的角色較強勢，主導產業政策與經濟走向，投入多數國家資源，結合大企業的支援，以期在最短的時間達成目標效果。

---

<sup>20</sup> 經濟日報 2004 年 5 月 7 日。

## 伍、促進我國文化創意產業發展政策芻議

文化創意產業是未來的新興產業，我國正大力推動文化創意產業發展，本文從夥伴關係相關論述，以及探討英國與韓國在政策面與具體做法上的經驗，提出下列幾點粗淺政策建議，做為促進我國文化創意產業發展的參考。

### 一、公私協力與夥伴關係機制

網絡間與組織間良善互動與協力合作，建立夥伴關係，是促成文化創意產業發展的關鍵之一。公私部門協力運作機制上，英國政府提供人才、資金的協助，也透過政策法令提供業者與推展合作關係，韓國政府提供技術支援、租稅優惠、設置園區與行政費用上的免除等彈性與鬆綁的手段，鼓勵文化創意產業的發展；互動上，英國文化創意產業基於不同的目的與需求，形成設計夥伴、創意出口團隊、國際表演藝術發展團隊、創意出口團隊、研究及知識傳遞任務團隊、技術及企業家精神任務團隊等等各種網絡組合，在良善溝通與合作下達成政策目標。英國主要是透過各種由下而上的公私協力夥伴關係合作機制，形成不同類型的組織來促進文化創意產業的發展；韓國文化創意產業主要是政府大力推動與政策支援，亦透過各種產官學政等交流互動，形成行銷、研究、研發等不同網絡來促進文化創意產業發展。

### 二、以公私協力建立良好夥伴關係之成功要素

公私協力與建立夥伴關係的目的在於改變公私部門過去單向的監督課責模式，企圖建立合作機制以達成政策目標與政府績效，提升效能。但光有機制不足，公私部門網絡間在協力合作上必須有連結相嵌的要素，才能建立起良好的公私協力互動模式與夥伴關係。英國透過公私部門間保持良好溝通與協商，建立信任的合作基礎，凝聚合作共識，亦透過組織學習，政府授權相關單位，並尊重民間與產業的意見；韓國亦採取整合五軌的力量，公私部門間共商發展方向與合作，政府透過各種手段與策略以鼓勵民間活力與創意的發揮，更凝聚國人信心與共識，

帶動產業發展。

### 三、政府角色與效能、夥伴關係、產業發展之關連性

每個國家在發展文化產業的模式與做法即便不盡相同，但政府的角色與產業政策在文化創意產業發展上有其重要性。政府應扮演領航的角色，適當的涉入產業發展而非主導，透過部門間與公私部門間協力運作，形成夥伴關係來協助產業發展。

從英國與韓國文化創意產業發展來看，除國內本身環境條件與文化素養，政府對文化創意產業的重視，透過政策的立法、規劃與執行，以及相關措施的配合，公私部門間凝聚共識與協力合作，建立良好的夥伴關係，來達成該國文化創意產業的發展目標，可看出政府扮演產業發展的重要角色。

我國也於 2002 年開始積極推動文化創意產業，透過具體措施與設定重點工作及發展目標，並建立績效指標做為達成政策目標的準則，而我國政府即便透過各種論壇或活動進行公私部門間的交流。但以上政府是否有透過政策管理與提升效能以促進產業發展的具體做法，以及有無建立良好夥伴關係來達成政策目標，目前尚未看出具體成效與相關性。我國雖然強調結合社區總體營造與地方發展，但在推動產業發展上的社會資本與信任似乎較為缺乏，政策機制上並無法得知是否真能刺激與鼓勵地方產業發展。公部門間行政分工的確立、資源的妥善運用、公私部門協力與夥伴關係的共識與機制等，在我國似乎還需要加強。

發展文化創意產業的目的之一在於提升產業與國家競爭力，而從競爭力成功因素可知，除產業本身經營管理面的健全外，政府管理能力是一項因素。而產業政策具有導引與協助的功能，政府政策的支持與合理的產業政策亦會影響發展成效。提升政府管理能力與制訂合理的產業政策可透過夥伴關係與公私協力來達成。而文化創意產業涉及涵蓋多方網絡與行動者的共同參與，因此夥伴關係與公私協力對產業發展更顯重要。透過外在機制與內在連結要素，加上政府的支持、

提升政府績效與管理能力來建立夥伴關係，才能達成政策目標與促進產業發展。夥伴關係合作模式的建立，會受到成員類型、成員的認知及心態、政策領域、資源、委員會、法令、行政程序與階級等因素而有所差異。政府可透過適當的管理方式來面對不同型態的夥伴關係，促成協力順利運行。

發展文化創意產業的努力方向包括人才培育、環境的準備與使地方升級及民間參與。民間的創造力優於政府，政府的角色在於觀念的推動、基礎設施與運作機制的建立，以及政策的輔助，提供產業發展的平台。唯有透過協力合作與建立良好夥伴關係才是文化創意產業發展的利基，藉由資源分享、知識交流、分工合作等，運用協力模式、政策管理、與溝通協調機制，夥伴間的信任與忠誠、相互學習、分享做為協力過程與夥伴關係的內在鑲嵌要素，公私部門的網絡互動影響產業政策，政府更扮演產業發展的引導角色，政府效能與治理能力的提升便是促進產業發展的要素之一，藉以促進我國在文化創意產業上之發展。未來政府除了對夥伴關係的認知外，應加強績效管理與政策管理等能力來提升政府效能，透過公私協力與夥伴關係來達成政策目標與促進產業發展。

## 陸、參考文獻

文建會

2003年10月〈文化母樹，結產業果實〉，《文化視窗》，第56期：頁22-25。

2004 《文建會文化創意產業地方巡迴論壇論文集》，台北：文建會。

方宗廉

2003年9月〈輕推一把就可以揚名立萬-文化創意產業的困境與機會〉，《卓越雜誌》，第229期：頁44-47。

王國明

2002 〈挑戰2008:國家發展重點計畫--文化創意產業發展計畫之評論〉，《設計》，第107期：頁50-53。

古宜靈、廖淑容

2004 〈文化產業政策發展的趨勢與問題〉，《都市與計畫》，第 31 卷第 2 期：頁 91-111。

吳勇猛、高凱聲、黃建森、袁金和、謝明瑞、陳登源編著

2002 《台灣經濟發展》，台北蘆洲：空大。

吳密察

2003 年 8 月 〈文化創意產業之規劃與推動〉，《研考雙月刊》，第 236 期：頁 56-65。

李宗勳

2004 年 9 月 〈公私協力與委外化的效益與價值：一項進行中的治理改造工程〉，《國立政治大學公共行政學報》，第 12 期：頁 41-47。

李俊全(主編)

2004 《揭開英國創意產業的秘密》，台北：文化建設委員會。

林惠華

2002 〈公私協力機制運用於都市更新政策之研究：士林夜市之個案〉，台北：國立政治大學公共行政研究所碩士論文。

花建

2005 《文化魔戒：文化產業競爭力的奧秘》，台北：帝國文化。

洪德生

2004 年 11 月 〈台灣文化創意產業的季節〉，《卓越雜誌》，第 243 期：頁 12。

夏學理(等編著)

2004 《文化行政》，台北：五南。

陳恆鈞、張國偉

2005 年 5 月 28 日 〈治理新趨勢-協力運作模型初探〉，「憲政秩序與改革研討會」。台北：淡江大學公共行政學系。

黃志全

2003 年 4 月 〈文創意產業的政策目標〉，《表演藝術》，第 124 期：頁 5。

楊惠琳

2003 年 7 月 〈文化創意產業，台灣新契機〉，《書香遠傳》，第 2 期：頁 10-11。

楊舜慧

2002 〈產業融合與創業模式之探討〉，高雄：國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

楊雅惠

2005年3月 〈滋潤台灣知識資產發展機制〉，《經濟前瞻》，第98期：頁66-71。

楊瑪莉

2002 《韓國，佔線中-從經濟破產到文化征服》，台北：天下雜誌。

經濟部-文化創意產業推動小組

2004 《2003年台灣文化創意產業發展年報》。

2005 《2004年台灣文化創意產業發展年報》。

漢寶德

2001年9月 〈國家文化政策的形成〉，《國家政策論壇》，第1卷第7期：頁137-146。

劉大和

2005 《文化與文化創意產業》，台北：魔豆創意。

6, Perri

2004 “Joined-Up Government in the Western World in Comparative Perspective: A Preliminary Literature Review and Explanation” . *Journal of Public Administration and Research and Theory* 14(1): 103-138.

Entwistle, Tom and Steven Martin

2005 “From Competition to Collaboration in Public Service Delivery: A New Agenda for Research” . *Public Administration* 83(1):233-242.

Hartley, Jean and Allison, Maria

2002 “Good, Better, Best? Inter-organizational Learning in a Network of Local Authorities” . *Public Management Review* 4(1):101-118.

Kooiman, j.

- 1993 *Modern Governance: New Government-Society Interactions*,  
Newbury Park. California: Sage.
- Lownde, Vivien & Chris Skelcher  
2002 " The Dynamics of Multi-organizational Partnerships: an  
Analysis of Changing Modes of Governance" . in Stephen P. Osborne (ed. ),  
*Public Management: Critical Perspectives*, Volume II, 310. London & New  
York: Routledge.
- Martha, Blue-Banning, Jean Ann Summers, H. Corine Frankland, Louise Lord  
Nelson & Gwen Beegle  
2004 " Dimensions of Family and Professional Partnerships:  
Construtive Guidelines for Collaboration" . *Exceptional Children*  
70(2): 167-184.
- Meier, Kenneth J., Laurence J. O'Toole Jr. and Sean Nicholson-Crotty  
2004 "Multilevel Governance and Organizational Performance:  
Investigating the Political-Bureaucratic Labyrinth" . *Journal of*  
*Policy Analysis and Management* 23(1):31-47.
- Metcalf, Les  
2004 "European Policy Management: Future Challenges and the Role of  
the Commission" . *Public Policy and Administration* 19(3):77-94.
- Pierre, J. and B. Guy Peters  
2000 *Governance, Politics and the State*. London: MacMillan Press.  
2001 " Development in Intergovernmental Relations: Towards Multi-level  
Governance" . *Policy and Politics* 29(2):131-136.
- Sullivan, Helen & Skelcher, Chris  
2002 *Working Across Boundaries: Collaboration in Public Service*. New  
York: Palgrave Macmillan.
- Takahashi, Lois. M & Smutny, Gayla  
2002 " Collaborative Windows and Organizational Governance:  
Exploring the Formation and Demise of Social Service Partnerships" .

*Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 31(2) (June 2002):165-185.

Teisman, Geert R. & Klijn, Erik-Hans

2002 " Partnership Arrangements: Governmental Rhetoric or Governance Scheme?" . *Public Administration Review* 62 (2)(March/April):197-205.

Vigoda, Eran

2002 " From Responsiveness to Collaboration: Governance, Citizens, and the Next Generation of Public Administration." . *Public Administration Review* 62(5):534.

Wilson, David

2000 " Towards Local Governance: Rhetoric and Reality" . *Public Policy and Administration* 15(1):43-57

# How to Introduce the Culture Creative Industry Development: From the Theory of Partnership

Huang, Hui-Sui\*

## Abstract

The culture creative Industry associates with the culture and the economic of a country. It not only introduces the development of economy and promotes the competitive ability of a country, but also produces the community sense in mind and the whole country image. Because of the affect in parts of the culture and the economy to advance the competition ability of a country, a lot of countries appreciate with this industry.

With the age of the knowledge economic is coming, the trend of economic globalization, and the demand of the industry innovation to develop the economic, introducing the culture creative industry is important and necessary for our country. This article discusses how to introduce and solute the problems of the development in our culture creative industry. Wish to push the economic grow up.

From the theory of the partnership to analyze the importation and the relation of the public and private collaboration, build up the partnership, the efficiency of governments and the industry development. Besides, the government plays an important role in partnership to develop the industry especially. The experience in United Kingdom and South Korea how to make flourish the culture creative Industry, it could reference for us to develop. Finally, making the consequence for introduce the culture creative industry in our country, and give suggestion for the

---

\* The graduated student of the Public Administration Graduate Institute of the National Dong Hwa University.

policy making and practice.

**Key words:** The culture creative industry, partnership, public-private collaboration.