

文化創意產業與大學產學合作之探討－以國立臺灣藝術大學文化創意產學園區為例

The Cooperation Strategies of Cultural and Creative Industry and University－ Exploring the Cultural Creative Industry Park, NTUA as an Example

黃美賢¹

(Received: Apr. 25, 2011 ; First Revision: May. 6, 2011 ; Accepted: Dec. 10, 2011)

摘要

隨著全球性創意經濟的熱潮與趨勢，發展文化創意產業為當今行政院政策推展的六大新興產業之一，「培育優質創新人才」及「加強學校與產業連結」為當今國家政策的重點。究其產業資源之根本，在於人才培育，大學所培育的專業文創人才尤為主力。國立臺灣藝術大學為臺灣歷史最悠久、文創產業相關科系最為完整的藝術大學，並有全臺唯一於由大學設立與管理的文創園區，因之，以之為研究具有其獨特性與重要性。然由於相關研究文獻少，且多為理念之論述，爰本文從實務面的角度切入，以國立臺灣藝術大學文化創意產學園區為例，探討文化創意產業與大學產學合作之策略及問題。研究結論：於臺藝大文創園區中，文創產業與大學產學合作之策略有五大主軸，包括教學實習、研究創新、產業育成、文創推廣、以及產品行銷，文中並提出 4 項於園區進行產學合作的問題。

關鍵詞：產學合作、文創園區、創意教育、文化創意產業、國立臺灣藝術大學文化創意產學園區

Abstract

With the global boom and the trend of the creative economy, "the development of cultural and creative industries" is the emerging industry for the Executive Yuan to promote today. "Cultivating high-quality innovative talents" and "focusing on the links between universities and industry are the national policy focus. The fundament of its industrial resources is the personnel training, especially form university. The departments of National Taiwan University of Arts (NTUA) cover almost all of the cultural and creative industries, and have the Cultural and Creative Industry Park to implement the industry-academy cooperation. From the practical point of view, this case study aims to explore the cooperation strategies of cultural and creative industry and university with the cultural creative industry park, NTUA as an example. The results show that there are 5 strategies, including teaching and student internships, research and development, industry incubation, cultural and creative

¹國立臺灣藝術大學創意產業設計研究所助理教授兼文創處暨文化創意產學園行銷組組長

promotion, and product marketing. Also four difficulties about industry-academy cooperation are proposed.

Keywords : Industry-academy Cooperation, Cultural and Creative Park, Creative Education, Cultural and Creative Industry of National Taiwan University of Arts

1. 緒論

因應全球性知識經濟、美學經濟與文化創意產業經濟的時代趨勢，大學文創人才培育與產業的聯結，已成為重要的課題。文化創意產業為世界先進國家競相發展的經濟力，行政院早自 2002 年起，即將發展文化創意產業列入國家政策發展重點；2009 年，又將文化創意產業列為政策發展重點中的「六大新興產業」之一。檢視文化創意產業的資源根本，在於人才培育，尤其大學是培育專業文創人才的主力，藝術大學所設立系所的類別特色，更為培育文創人才的核心。然而，教育部(2009)所指出當今高教三大問題之一是「學生所學與業界之契合程度不足」，並提出因應的策略：大學教育應開始注重學生的就業面需求，例如加強產學合作、提早實習等等。因之，如何強化藝術大學與文創產業的連結，是亟需探討與實踐的課題。

國立臺灣藝術大學(簡稱臺藝大)為臺灣歷史最悠久師生數最多的一所多元藝術人文大學，也是國內培育文創菁英的大本營，含括設計、表演藝術、美術、傳播、人文 5 大學院(國立臺灣藝術大學，2011a)，不僅含括六大旗艦產業，並幾乎含括所有的文創產業的範疇(只缺建築設計產業)，並自 96 年設立全國唯一隸屬學校的文化創意產學園區(簡稱臺藝大文創園區)，以為產學合作的實驗基地(國立臺灣藝術大學，2008)，4 年來的其執行策略與成效值得檢視。因之，以該園區為個案研究，探討文化創意產業與大學合作的策略，具有其重要性與獨特性。然經查相關研究甚少，且傾向理念論述。由於爰本文從實務的角度切入，旨在以臺藝大文創園區為個案，探討文化創意產業與大學產學合作之策略與問題，透過文件分析(Document Analysis), 蒐集相關書籍、計畫書、契約書、報告書、簡介、會議記錄資料、網站資訊與文章等資料分析研究之。

2. 文獻探討

本文旨在探討以臺藝大文創園區為個案，探討文化創意產業與大學產學合作之策略，所探討的相關文獻包括產學合作、文化創意經濟、文化創意產業，茲述如下。

2.1 產學合作

有關產學合作(Industry-Academy Cooperation)的定義與目的，很多學者提出看法。康自立(1985)認為，產學合作係指學校為求學術理論實用發展，以及企業為求技術提升的一種合作方式，合作過程顧及教師的專業程度、學生生涯目標中之職業準備，以及企業的創新目標與可用資源，雙方以契約關係進行合作，其效益有益於合作雙方預期目標的達成。林清和(1994)認為產學合作是利用學校現有設備和充沛的研究人才，讓學



術的基礎研究與企業的應用研究結合，發揮更大的經濟效力，其最大的目的是讓學術理論與企業單位的需求能有更密切的配合，提昇國內的研究發展技術水準；Bloedon & Stoke (1994)認為產學合作為一種介於大學和企業間研究活動及計畫，對此方案的經費由企業承擔；吳清山、林天祐(1994)認為產學合作係指企業界

與學校相互合作，一方面落實學術界先導性與實用性技術研究，一方面鼓勵企業積極參與學術界應用研究，培植企業研發潛力及人才，達到研究、訓練、資訊提供和人才培育等功能；杜瑞澤(1996)認為產學合作實施的目的在於建立管道，加強教育界與產業界雙向交流，促進相互關係，藉由教育界導引產業界正確的經營理念，協助產業升級與經濟發展，相對地提昇教育界研究發展水準，最終達成區域科技資源整合之理想。

有關產學合作之方式，吳清山、林天祐(2004)歸納為三大類，其一，一般性贊助，包括捐贈研究經費、設備、設置講座等；其二，合作性贊助，包括契約性研究、設備轉移、聯合研究中心等；其三，其知識/技術轉移，包括專利申請、育成中心、科學園區、衍生公司等。李明義(1997)認為產學合作教育的主要內容包括：學校實務案例教學策略、產業技術知識生產策略以及產業人才加值教育策略等三大部分。

至於產學合作效益，Valentin(2000)指出產學合作，對於大學、產業及政府均有益處，包括財務、技術、策略、教育、政治、理論等六個方面的助益。在大學方面，產學合作可獲得財力資源、研究計畫經費、材料及設備、科技經驗、科學上之突破與進步、增進管理經驗、較多之實務訓練如工業可提供學生實習知識給大學，有助於知識普及、提高聲譽、響應政府措施、測試現存理論、新假設、產生新範例、開闊科學新視野。在工業方面，產學合作可降低成本、獲得大眾認同、分散風險、分享大學資源、提升國際競爭力、技術與創新合作研究、提高聲譽、響應政府措施、提高創新科技、解決科技上問題。在政府方面，產學合作普及技術開發、產生新技術、區域創新系統、創新經濟發展、整合科學科技及工業政策、基礎技能升級、基礎科學提升、增進國家意識等。

由上可知，產學合作主要在於透過學校與產業的合作，理論結合實務，資源交流與相互結盟，學校與產業各蒙其利，達成教育、研究、產業、經濟多元發展成效。臺藝大文創園區結合群聚於學校系所相關產業，以產學合作為營運機制，是一種產業與學校雙贏的策略。

2.2 文化創意經濟

創意經濟(Creative Economy)的概念，自1988年英國政府提出後，以創意為立國及以之基礎的經濟發展模式陸續被提出。美國學者Richard Florida於2001年提出創意資本(Creative Capital)論點，認為社會階層結構，除了勞動階級(Working Class)與服務階級(Service Class)以外，還有新興的「創意階級(Creative Class)。屬於創意階級的族群具有創意資本，共同特點為都具有創新能力，從事創造性的工作。創意階級思想多元化、觀念開放、具有生活風格和獨特魅力、有助於醞釀創意能量的地方集中，如此聚集能夠帶動城市與地區的經濟成長和發展。(鄒應媛譯，Richard Florida 原著，2003) Florida並提出創意經濟發展的「3T」原則，認為一個城市和區域的經濟成長與發展取決科技(Technology)、人才(Talent)、以及包容力(Tolerance)三的条件。科技是一個地區中



創新和高科技聚集的展現；人才是經濟發展的關鍵動力，包容力是一個地區或國家是否能夠開放的關鍵(鄒應媛譯，Richard Florida 原著，2003)。

基本上，Florida 的創意經濟觀，著重於科技領域。然而歐洲創意產業研究團隊(KEA)於 2009 年於《文化型創意的影響 (The Impact of Culture on Creativity)》報告書中，提出以「文化為基礎的創意」(Culture-based Creativity) 的概念，主張文化創意經濟的思維，由「文化為基底的產業」拓展至「運用文化創意元素，為企業與社會創造附加價值」。對文化創意影響力的探討，不再只是針對創意產品化的「內容」，而將創意進一步提升為「方法」，強調更廣泛地運用創造力與文化的結合，形成企業環節的優勢。該報告書主張：若要創造文化型創意，必須具備下列三要素，其一，個人能力：具想像力的水平橫向思考能力；其二，專業技術：為藝術或工藝的專業技能；其三，社會環境：鼓勵創意的學習環境及樂於投資於創意的經濟體。(行政院文化建設委員會，2009a)前兩項個人能力與專業能力的培養，正是藝術大學教育的功能與致力的方向。

英國國家科技藝術基金會(National Endowment for Science, Technology and the Arts, NESTA)，在《軟創新：關於創新變遷的全方位報告 (Soft Innovation: Towards a More Complete Picture of Innovative Change)》中提出「軟創新力 (Soft Innovation)」的概念。該報告指出：軟創新是一種「轉變產品美感本質」的創新。在傳統的創新研究概念中，研究焦點多著重於功能性與技術面上的創新，針對的是：新產品的研發與產製過程，卻忽略軟創新的層面。諸如新書、新音樂、新電影、新戲劇與新電玩、新車款、新服裝產業、新廣告策略等。這些產品的創新未必在功能上有所突破，卻在美感與品牌認知上帶來了影響或新思維。(行政院文化建設委員會，2009b)。

文化創意經濟為臺藝大文創園區經營的重要立論基礎，透過文創產業人才的聚集結合臺藝大師生以及產業的共同努力開發，具有帶動城市經濟的繁榮與文化教育提升的潛力。

2.3 文化創意產業

文化創意產業(culture and creative industry) 各國名稱定義名稱不盡相同。聯合國教科文組織 (UNESCO) 所稱之文化產業 (Cultural Industries)，是指結合創作、生產與商業之內容，同時這些內容在本質上具有無形資源與文化概念之特性，並獲得智業財產權之保護，其形式可以是貨品或是服務。而英國所稱之創意產業 (Creative Industries) 乃指：源於個人之創造力、技能與才華，透過智慧財產之形成與運用，具有開創財富及就業機會之潛力。文化創意產業源於法蘭克福學派對於文化工業的批判 (Horkheimer & Adorno, 1979)，以有經濟加值的無煙囪產業，對抗商業性與消費性的工業複製文化。1994 年澳洲「創意之國」文化政策報告首度提出創意產業概念，而在 1998 年英國確立以「創意英國」做為振興國家經濟的定位；2001 年韓國成立「文化振興院」，負責推動韓國文化內容產業。

臺灣亦於 2002 年將「文化創意產業」正式納入國家發展重點之一，2009 年開始推動「創意臺灣-文化創意產業發展方案」，該方案以「環境整備」與「旗艦計畫」做為兩大主軸，涵蓋五大策略與六大旗艦產業。環境整備主軸涵蓋資金挹注、產業研發輔導、



市場流通及開拓、人才培育媒合及產業集聚效應等五大策略，旨在建構完整的發展環境，使文創產業獲得適當輔導與協助。「旗艦計畫」主軸選擇具產業潛力、產業關聯效益大的類別，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業等六大產業，針對其發產特性及需求提出規劃，予以重點推動，帶動其他產業發展(吳敦義，2011)。2010年起臺灣通過「文化創意產業發展法」，規定文化創意產業範圍包括 16 大領域，分別是視覺藝術、音樂及表演藝術、文化資產應用及展演設施、工藝、電影產業、廣播電視、出版、廣告、產品設計、視覺傳達設計、設計品牌時尚、建築設計、數位內容、創意生活、流行音樂及文化內容產業、以及其他經中央主管機關指定之產業。

臺藝大所設立的系所，含括六大旗艦產業，並幾乎含括所有的文創產業(只缺建築、設計產業)，有豐富的創意人才資本與學術能量，透過文創園區，可與產業合作發展文化創意產業以及培育文創人才。

3. 文化創意產業與臺藝大的合作之策略

文化創意產業與臺藝大的合作，主要以臺藝大創園區為實踐場域，其合作的策略，主要有以下五大主軸。

3.1 教學實習

臺藝大文化創意產學園區。教師教學及學生實習為園區的基本功能。進駐園區之企業須同時簽訂「廠商輔導營運契約書」及「建教合約書」，雙方約定：臺藝大無償提供進駐廠商所需空間；進駐廠商無償提供設備、場地及管理人員協助教學(國立臺灣藝術大學，2011b)進駐企業須於所進駐空間中，劃分一區域為教學區，提供教學實習與討論實作之空間。教師不僅安排至企業工坊共同教學，亦可輔導學生於進駐企業工坊實習，進而體驗產品製作、企業經營管理與行銷之實務。透過此園區教學實習的機制，能促進學生與職場銜接。至於臺藝大學生實習的種類，可分專業實習與服務實習二種。專業實習分為校內與校外二種。校內專業實習為學生必修課程，學生利用班級活動或課餘時間，在校內相關場館或單位(不含所屬本系)從事與本科專業相關之實操務作、專業見習、展演服務或應用練習等活動。校方則鼓勵學生到園區進駐企業工坊。其二為校外專業實習：指學生透過選修「實習課程」，在校外相關機構(單位)從事與本科專業相關之實務操作、展演服務、應用練習，或參與產學(建教)合作專案等活動。(國立臺灣藝術大學，2011c)原進駐學校畢業離駐到校外繼續營業的企業工坊，由於與學校仍有合作互動關係，列為校外實習的推薦名單。至於服務學習日間部學士班一年級學生，列為必修課程，零學分，每學期修習時數至少 18 個小時，分上、下兩學期(國立臺灣藝術大學，2008a)。文創園區為其選擇地點。

3.2 研究創新

創新為知識經濟之本，也是文化創意產業的基本。研究創新與教育為一體兩面，研究創新有助於教學內容的精深，也益於產業產品或技術的開發；教學內容的精深，則能加速研究創新人才的培育。臺藝大 2010 年成立全國唯一的文化創意產業研究所博士班



(國立臺灣藝術學，2011f)，具有創新研究與教學的實質意義，而文創園區的各種教學研究中心與進駐文創產業聚落，提供了最佳研究創新的場域。如該校工藝系教授利用石門水庫淤泥成功研發澄泥釉藥(呂琪昌，2010)；教授與廠商共同合作，協力設計創新工藝模具與生產；廠商協助教授設計之展品等。(國立臺灣藝術大學藝文產業創新育成中心，2011)

3.3 產業育成

臺藝大文創產業園區目前有 27 家企藝工坊進駐，連同校本部的 8 家企業，文建會「藝文產業創新育成中心計畫」與經濟部中小企業處「中小企業創新育成中心計畫」及之育成輔導。育成中心 (Incubation Center) 是以孕育新事業、新產品、新技術及協助中小企業升級轉型的場所，藉由提供進駐空間儀器設備研發技術、協尋資金、商務服務、管理諮詢等有效地結合多項資源，降低創業及研發初期的成本與風險，創造優良的培育環境，提高事業成功的機會(經濟部中小企業處，2010b)。

臺藝大提供廠商的服務，包括提供空間與設備、商務、行政支援、技術及人才、文創經營新知研習培訓與資訊各方面的支援，並舉辦各種產業講習及進行產學合作，以提高產品的創新。產業也回饋學校，諸如提供教學與實習空間、開放參觀導覽、提供教學協助、及輔導學生實習以及提供學校回饋金等(國立臺灣藝術大學，2011g)。以 100 年為例，輔導進駐廠商申請案通過 7 件，辦理 18 場產業培訓活動。(表 1 和表 2)

表 1 100 年藝文產業創新育成中心輔導進駐廠商申請案

申請項目	廠商/通過數量
產品設計組(CITD)	木趣設計工作室「木惜熊趣味生活用品」/2 件
中小企業即時技術輔導計畫	明氏設計工作室「慢活北竿包裝禮盒設計」/1 件
圓夢計畫	高登設計、普睿新有限公司/2 件
專利申請	嘉美彩色鑲嵌玻璃藝術工坊申請「玻璃一刀切割技法」與「照明設備表面噴砂處理」/2 件
認證	木趣設計工作室商品，申請世界設計大展百年商品認證/1 件
技術移轉	明氏設計工作室技術轉移予正新製米股份有限公司「稻梗再生技術之應用」/1 件
合計	9 件

資料來源：國立臺灣藝術大學(2011),藝文產業創新育成中心 100 年期末報告書。



表 2 100 年國立臺灣藝術大學文化創意產學園區產業培訓研習活動表

日期	主題	主講人
100/1/4	工業局「協助傳統產業技術開發計畫」補助申請說明暨座談會	工業局代表陳淑琴經理
100/2/23	兩岸文創深度交流講座	臺藝大設計學院林榮泰院長 工藝設計學系林伯賢主任
100/3/17	文創商品開發及行銷通路跨界專題講座暨廠商座談會	臺藝大文創處趙慶河處長
100/3/24	中小企業創新服務憑證補(捐)助計畫申請說明暨座談會	整合型產學合作推動計畫辦公室姜彥丞代表
100/4/8	中小企業互助合作輔導計畫申請說明講座	社團法人中華民國管理科學學會經營輔導組 呂春榮組長
100/4/13	包裝與品牌案例分享講座	臺藝大視覺傳達設計學系許杏蓉副教授
100/5/6	專案經(管)理人初階訓練	臺藝大育成中心人員
100/5/13	簡易商業攝影教室講座	臺藝大圖文傳播藝術學系楊炫叡教授
100/5/17	進駐企業工坊座談會議程	臺藝大文創處趙慶河處長
100/5/19	金雕藝術家劉坤輝作品賞析與銀壺製程解析講座	劉坤輝老師
100/5/26~27	陶瓷技法工作營	澳洲國立藝術學院陶瓷工作室 MerranEsson 主任、澳洲雪梨大學陶瓷工作室 Jan Guy 主任、臺藝大工藝設計學系劉鎮洲教授、姚志源老師與汪寅仙老師
100/5/26	宜興紫砂的傳承與工藝特色	大陸紫砂壺匠師汪寅仙老師
100/5/26	石門水庫淤泥應用於陶藝釉藥	臺藝大工藝設計學系呂琪昌教授
100/5/27	Ceramics: What is it good for?	澳洲雪梨大學陶瓷工作室 Jan Guy 主任
100/5/27	談容器美學對當代陶藝的啟發	臺藝大工藝設計學系王怡惠老師
100/5/27	Australian Ceramic Language	澳洲國立藝術學院陶瓷工作室 MerranEsson 主任
100/10/17	2011 工不可沒·藝不可失。工藝設計工作營 - Design at The Edges	臺藝大設計學院林榮泰院長
100/10/18~20	陶瓷工作營	臺藝大工藝設計學系蕭銘菴教授、John Arndt 老師、周立倫老師
合計	18 場	

資料來源：國立臺灣藝術大學(2011).藝文產業創新育成中心 100 年期末報告書。

3.4 文創推廣

文創推廣是臺藝大產學合作地的重要特色。由於該校設立 2.7 公頃的文創園區，園區空間寬闊，綠樹成蔭，加上園區研究工坊與文創產業工坊的進駐服務，為大眾實踐生活美學之極佳園地。推廣生活美學，主要包括三方面：其一，園區導覽參觀：臺藝大文



創園區為促進文創產業，除產學合作教學研究外，也開放各級學校、政府機關團體及社會大眾到園區參觀，以及參與各種藝術文創活動。其二，創意DIY學習體驗：臺藝大與進駐產業工坊合作，配合參觀導覽，規劃DIY動手做的體驗活動，目前計有12家產業工坊提供園區DIY教學服務，項目包括：鑲嵌玻璃、黏土設計、琉璃噴砂、玻璃漆藝、玻璃工藝、羊毛氈、繪畫、紙藝等；其三，展覽表演活動：為推廣文化創意與生活美學，常於園區長年於園區臺藝大畫廊舉辦各類藝術品與文創產品展覽，並時而舉辦藝術節慶活動，內容包括園區導覽、藝文展覽表演、文創商品市集等。(國立臺灣藝術大學，2011h) 以100年為例，3705人參觀園區，辦理16項展演活動(詳如表3)。

表3 100年國立臺灣藝術大學文化創意產學園區辦理展演場次表

日期	展演活動名稱
100/01/17~1/26	原田歷鄭捐贈微型展
100/01/3~12/26	姹紫嫣紅—臺藝大畫廊典藏精品特展
100/03/4~4/16	知性與感性—美術系教師聯展
100/03/23~4/9	校本部商店慶周年&毛氈微型展
100/04/14	「文創之夜」文創商品走秀
100/04/27~6/11	揚葩吐豔—臺藝新秀展
100/05/26~6/11	臺藝大「藝遊陶花園」茶與藝文創特展
100/06/22~8/22	哦.福爾摩沙—劉洋哲.劉國正臺灣寫生雙個展
100/08/12~8/26	感質新視界廠商聯展(於世貿一館)
100/09/9~10/15	天.紬.變—呂琪昌.張桂維.羅紹綺 漿紬天目聯展
100/10/24~10/30	工不可沒·藝不可失 2011世界設計大展(於世貿一館)
100/10/28~12/15	臺藝大文創駐村藝術家"定而後動"創作聯展
100/11/4~12/25	劉柏村雕塑個展—「鋼鐵化身」
100/12/3~12/16	藝起優浮—新北市新銳藝術家聯展
100/12/3~12/16	夢想無限—新北市小學生美術作品展
100/12/7、14、21、28	2011 新北市樂活浮洲藝術嘉年華
合計	16項

資料來源：國立臺灣藝術大學(2011)，校務評鑑自評報告書

3.5 藝術文創產品行銷

許多臺藝大的師生以及進駐廠商，有著傑出的藝術創作文創商品，都有需要進行市場行銷，以增加學校與產業的收益。臺藝大文創園區，扮演著行銷平臺的功能。園區中，立案於臺藝大校本部的臺藝大畫廊，正是這市場供需的媒合核心。畫廊長年舉辦展示學



校師生作品與園區產業工坊的產品，不僅開闢了創作產品展秀與行銷之管道，也提供收藏家與喜好藝術文創的民眾收藏消費之需求。目前臺藝大正規畫更進一步建立藝術經紀授權的機制，建立藝術品及文創商品之行銷平臺(國立臺灣藝術大學，2011)，兼具學生實習、教育推廣、增加學校與產業產值的功能。

由上述可知，臺藝大文創園區產學合作的内容，含括文創產業的上游產業、中游產業以及下游產業的產業鏈。上游產業為在教學實習與研究創新兩方面。教學實習著重培育人才是文創產業的基礎，研究創新主要在於技術提升以及產品創新。中游產業為為產業育，著重產品製作生產，銜接上游與下游兩階段。至下游產業，則為社教推廣與產品行銷為。文創推廣著重在於推廣生活美學，開放社會大眾到園區內體驗藝術創意創作及生活美學；產品行銷則產業與學校師生作品的銷售。(如圖 1)

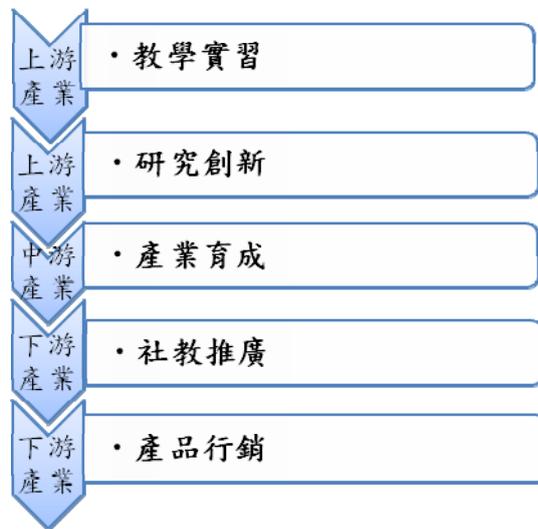


圖 1 文化創意產業與國立臺灣藝術大學合作策略與產業鏈圖(作者繪，2011)

4. 文化創意產業與臺藝大產學合作的問題

有關文化創意產業與臺藝大產學合作的困境，經檢視 100 年度臺藝大的文創發展會議紀錄(國立臺灣藝術大學，2011i)，以及分析台藝大邀集官方與各界座談有關經營臺藝大文創園區發展會議紀錄資料(國立臺灣藝術大學，2011j,k)，分析園區文創產業與學校合作的問題，主要有以下四項：

4.1 園區土地建物借用國有財產限制產學合作營利

園區營運限制主要在於園區土地建物借用國有財產之法規限制。臺藝大文創產學園區之廠房建物，係自 2006 年向國有財產局借用，土地為亦為國有財產局所有。雖得以快速成立使用，但有其法規上的限制倒不少。依國有財產法第 40 與 41 條規定：

國有財產法第 四十條

非公用財產得供各機關、部隊、學校因臨時性或緊急性之公務用或公共用，為短期之借用；其借用期間，不得逾三個月。如屬土地，並不得供建築使用。前項借用手續，應由需用機關徵得管理機關同意為之，並通知財政部。

國有財產法第四十一條

非公用財產經借用後，遇有左列情事之一者，應由管理機關查明隨時收回：

- 一、借用原因消滅時。
- 二、於原定用途外，另供收益使用時。
- 三、擅自讓由他人使用時非公用財產借用期間，如有增建、改良或修理情事，收回時不得請求補償。

由以上法規可知，園區之使用之限制主要有四項：其一，三個月校方須辦理借用手續一次；其二，園區隨時可能被收回；其三，收回時不得請求補償增建或修繕之費用；其四，園區不得用於收益使用。由於這些法規的限制，也對園區的規畫經營與發展有很大的負面影響，例如：許多優秀廠商不敢進駐與投資、政府部門不輕易補助硬體修繕（目前園區約二分之一舊廠房仍未能修繕使用）、私人產業不肯輕易捐款贊助、學校無法自主運用與整體規劃、園區營運無法自給自足、不得收取進駐廠商租金、不得銷售餐飲、不得收費辦理教育推廣活動、不得銷售產品。這些限制，是阻礙園區發展與產學合作的重要原因。然而，若要園區土地建物歸臺藝大，以價購方式之經費，非學校所能負擔，臺藝大雖陸續積極協調財產局、教育部、新北市政府等相關單位，但迄今仍未見突破。

4.2 政府補助不穩定影響產業育成之執行

由於學校為教育學術單位，預算編列以校內教育為主，用於補助進駐文創產業的經費有限，多需倚賴政府補助。目前臺藝大文創園區內的進駐廠商有 27 家，原分屬於經濟部中小產業處及文建會補助。然而政府補助金額，並不穩定，時多時少，甚至完全沒有（如表 4），造成學校輔導育成運作的困境，甚至降低成效，也引發廠商對政府及學校服務協助的不信任。臺藝大雖積極爭取外來經費挹注，但仍很有限。

表 4 97-100 政府補助臺藝大文創園區經費表

年度	單位	
	補助金額 (新臺幣)	補助金額
	中小產業創新育成中心(經濟部中小產業處補助)	藝文產業創新育成中心 (行政院文化建設委員會補助)
97	400	160
98	200	250
99	150	300
100	0	300

資料來源：國立臺灣藝術大學 2011 年文創處簡報



又 2010 年訂定的「文化創意產業發展法」中的第 12 條規定，如下所述雖有規定政府對於文化創意事業的扶持補助，但該法所指之「文化創意事業」，依同法第 4 條規定：「本法所稱文化創意事業，指從事文化創意產業之『法人、合夥、獨資或個人』」。國立大學暨非「法人」，也非「合夥、獨資或個人」，所以也不在第 12 條的補助之列。爰此，臺藝大文創園區，並不能據依此法，獲得政府行政支援。而該法之周延度不足，是使有修法的商確空間。

文化創意產業發展法 第 12 條

主管機關及中央目的事業主管機關得就下列事項，對文化創意事業給予適當之協助、獎勵或補助：一、法人化及相關稅籍登記。二、產品或服務之創作或研究發展。三、創業育成。四、健全經紀人制度。五、無形資產流通運用。六、提升經營管理能力。七、運用資訊科技。八、培訓專業人才及招攬國際人才。九、促進投資招商。十、事業互助合作。十一、市場拓展。十二、國際合作及交流。十三、參與國內外競賽。十四、**產業群聚**。十五、**運用公有不動產**。十六、蒐集產業及市場資訊。十七、推廣宣導優良文化創意產品或服務。十八、智慧財產權保護及運用。十九、協助活化文化創意事業產品及服務。二十、其他促進文化創意產業發展之事項。

文化創意產業發展法 第 4 條

本法所稱文化創意事業，指從事文化創意產業之**法人、合夥、獨資或個人**。

4.3 園區收支無法平衡影響學校投資意願

臺藝大園區的經營，以教育為基本考量，教學實習與研發創新為先，次之為產業育成與推廣行銷。園區每年來參觀的人數，據統計 2011 年有 5,368 人，2010 年有 3,705 元(國立臺灣藝術大學，2011)。，但其中多數為參消費率低之學生與文教界，學生主要為 DIY，學界主要為學術參觀，到園區消費的人數不多如表)，因之，對於園區的收益不多。又進駐產商目前以中小型文創產業多，尤以手工製作為多，大量生產者較少，因此產值並不高。加上前述園區借用國有財產之法規限制，校方守法不能於園區進行收益活動，造成園區及產業上的營收限制非常大。若以學校所投資的園區修繕、整理清潔費以及人事費用開銷，從收支的角度而言，園區是在虧損狀態，如何增加園區收益是值得商榷的課題。

4.4 小型產業規模影響學生實習之意願

由於進駐廠商均為微型的中小產業，員工以 5 人以下居多，營業額普遍不高，在全力拚經濟下，對於來訪參觀民眾的接待說明，由於過於頻繁，影響其公司產品運作，所以意願也不強，間接影響遊客到園區消費的滿意度。至於園區目前主要是以工藝與設計產業為主，尚無法提供傳播、美術及表演學院的學生到園區實習，所提供學生實習與工讀的機會也不多(國立臺灣藝術大學，2010)。因此學生實習的意願以及教師與產業合作研究開發的案例低，園區內部的營運，無法如預期的熱絡。，再加上學校到園區約 500



公尺，步行得經過地下通道與轉折彎路，並不方便。

5. 結語

文化創意產業與大學聯盟合作是一項雙贏的策略。本研究結果發現，文化創意產業與國立臺灣藝術大學的產學合作，以台藝大文創園區為基地，其產學合作的策略有五大主軸，包括：教學實習、研究創新、產業育成、文創推廣、以及產品行銷。然而，也產生四項問題，包括：園區土地建物借用國有財產限制產學合作收益、政府補助款不穩定影響產業育成之執行、園區收支無法平衡影響學校投資意願、產業規模太小影響學生實習意願。當今文化創意產業為全球主流經濟的趨勢，臺藝大文創園區為臺灣第一個由大學設立管理之園區，以產學合作為主軸，其開發與經營之經驗模式，具有開創性與實驗性，且對於文化創意產業的人才培育與產業育成，具有重要功能與意義。儘管在開疆闢土的實驗過程中會碰到不少的困難與問題，我們期待透過學、產、官、民多方的關切與資源投入合作，使這實驗性的園區有成功具體的成果，以有機會複製更多的學園區，讓文創產業與大學結盟推展發展，以提升臺灣教育與產業在國際市場的競爭力。



參考文獻

1. 行政院(2003),「挑戰2008:國家發展重點計畫(2002-2007)」(修訂版)摘自2011年10月15日<http://www.cepd.gov.tw/ml.aspx?sNo=0001570&ex=1&ic=0000015>
2. 行政院(2009),「創意臺灣—文化創意產業發展方案」行動計畫及中長程計畫(2009-2013年),摘自2011年10月15日網址
<http://www.ey.gov.tw/ct.asp?xItem=53821&ctN>
3. 行政院文化建設委員會(2009),「臺灣文化創意產業發產年報」,臺北:行政院文化建設委員會。
4. 吳清山、林天祐(2004),「產學合作」,教育資料與研究,59-115頁。
5. 吳敦義(2010),「推動六大新興產業及四項新興智慧型產業,優化產業結構、開創世代榮景」,摘自2011產學合作特刊,經濟日報主編。
6. 呂琪昌(2010),「日月潭水庫淤泥再生利用之陶藝釉藥研究及特色商品開發」,國科會專題研究計畫。
7. 李明軒,邱如美譯,Michael E. Porter 原著(1999)「競爭優勢(Competitive Advantage)」,臺北:天下文化。
8. 李明義(1997),「教育部委辦產學合作教育規劃」,機械工程月刊學會雙月刊,第217期,19-25頁。
9. 杜瑞澤(1996),「產學合作於設計教育之重要性研究」,工業設計,第25卷第2期,2-4頁。
10. 林清和(1994),「產學合作之特色」,技職雙月刊,第23期,32-35頁。
11. 財政部國有財產局(2011),國有財產法,2011年10月3號摘自網站:
http://www.mofnpb.gov.tw/Edict.php?page=LawInfo&TRE_ID=6
12. 國立臺灣藝術大學(2008),國立臺灣藝術大學文化創意產學園區簡介。
13. 國立臺灣藝術大學(2010),2010國立臺灣藝術大學文創處報告書。
14. 國立臺灣藝術大學(2011),國立臺灣藝術大學文化創意產學園區簡介。
15. 國立臺灣藝術大學(2011),國立臺灣藝術大學簡介。
16. 國立臺灣藝術大學(2011a),認識臺藝,2011年10月1日摘自臺藝大網站:
<http://www.ntua.edu.tw/about/current.aspx>
17. 國立臺灣藝術大學(2011b),國立臺灣藝術大學建教合約書。
18. 國立臺灣藝術大學(2011c),國立臺灣藝術大學專業實習實施要點。
19. 國立臺灣藝術大學(2011d),國立臺灣藝術大學教學卓越計畫報告書。
20. 國立臺灣藝術大學(2011e),國立臺灣藝術大學進駐企業管理考核實施要點。
21. 國立臺灣藝術大學(2011f),國立臺灣藝術大學創意產業設計研究所博士班簡介。
2011年10月1日摘自臺藝大網站 <http://portal2.ntua.edu.tw/cid/iindex.html>
22. 國立臺灣藝術大學(2011h),國立臺灣藝術大學100年學校校務評鑑自評報告。
23. 國立臺灣藝術大學(2011i),國立臺灣藝術大學2011年文創會議記錄。
24. 國立臺灣藝術大學(2011j),國立臺灣藝術大學2011年文創處與產業座談會議記錄。



25. 國立臺灣藝術大學(2011k)，國立臺灣藝術大學浮洲文創論壇會議記錄。
26. 國立臺灣藝術大學(2011l)，國立臺灣藝術大學2011文化创意產學園區簡報。
27. 國立臺灣藝術大學(2011m)，國立臺灣藝術大學文化创意產學園區營運計畫書，文創處報告書。
28. 國立臺灣藝術大學藝文產業創新育成中心(2011)，國立臺灣藝術大學藝文產業創新育成中心100年期末報告。
29. 康自立(1985)，「建教合作原理」，臺北:全華書局。
30. 教育部(2009)，第二期獎勵大學教學卓越計畫。
31. 經濟部中小企業處(2010)，創新育成中心簡介。
32. 鄒應媛譯，Richard Florida 原著(2003)，「創意新貴：啟動新經濟的精英勢力」，臺北市：寶鼎。
33. Adorno, T. and M. Horkhemier (1979), *Dialectic Of Enlightenment*, London:New Left Books.
34. Valentin, E. K. (2001), "SWOT Analysis from a Resource-Based View," *Journal of Marketing theory and Practice*, Spring, 9(2), pp.54-69.
35. Bloedon, R. V. and D. R. Stoke, (1994), "Making University-industry Collaborative Research Succeed," *ResearchTechnology Management*, 37(2), pp.44-49.

